



**Informacja prasowa Warszawa, 28 października 2016**

**Suchar Codzienny wykrzystuje CHATBOTa w nowej kampanii PLUSHA**

**W październiku Plush wprowadził aplikację z własnymi emoji – Plushoji - czyli zestaw naklejek wykorzystujących brand hero marki. W ramach najnowszej kampanii Plusha twórcy kanału Suchar Codzienny przygotowali dziesięć dedykowanych emotek z Plushem. Stworzona została także dedykowana akcja na Facebooku wykorzystująca SucharBot.**

SucharBot – jest chatbotem Suchara Codziennego zaprojektowanym na Facebook Messengera. Obecnie SucharBot wysyła użytkownikom 5 sucharów dziennie oraz odpowiada na kilka prostych komend. Od dzisiaj Misiek pojawi się w 5 kolejnych sucharach i będzie zachęcał do odwiedzenia zakładki z jego emotkami oraz pobrania aplikacji Plushoji. Użytkownicy będą mieli okazję oceniać emotki z Plushoji i wpływ na ich rozwój.

Poprzez wprowadzenie Plushoji marka wychodzi naprzeciw trendom i zwyczajom panującym   
w grupie docelowej. Dzięki temu, fani Plusha mogą przy jego pomocy komentować otaczającą ich rzeczywistość. Aplikacja jest dostępna dla użytkowników platform Android oraz iOS. Zawartość aplikacji będzie stale rozwijana i aktualizowana o nowe emoji.

Za koncepcję kreatywną aplikacji, jej przygotowanie oraz działania mediowe w tym działania z Sucharem Codziennym odpowiada dom mediowy Vizeum Polska.

Vizeum Polska od stycznia b.r. odpowiada za strategię, planowanie i zakup wszystkich mediów dla Grupy Cyfrowy Polsat (marki Cyfrowy Polsat, Plus, Plush oraz IPLA). Dom mediowy realizuje również dla klienta projekty specjalne.

**Więcej informacji udziela:**

Krzysztof Wąsowski

Senior PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831