

# كرنفال أومو

مدينة زايد الرياضية  
ZAYED SPORTS CITY



## لمحة عن البرنامج

اعتمدت علامة أومو التجارية مفهوماً جديداً في حملاتها التسويقية الأخيرة، يقوم على أن الانتساح جزء من مراحل النمو. وشملت حملتها تحت وسم #شجع\_البقع دعايات وإعلانات تجارية تشجع الأهل على السماح لأطفالهم بالتعلم من خلال اللعب، بما في ذلك توسيح ملابسهم.

وبعدما حققت مدينة زايد الرياضية النجاح في استضافة الاحتفالات العائلية، والمخيمات، والأنشطة العائلية، تواصلت مع يونيليفر، التي تضم علامة أومو التجارية، واقتربت تنظيم هذه الحملة. وشجع كرنفال أومو المجتمع المحلي على المشاركة في يوم مخصص للأطفال مليء بطرق عديدة للتعليم، والنمو، والانتساح. وبفضل الوعد الذي قطعتة أومو لإزالة أي بقعة عن الملابس، تمكنت العائلات من تمضية أوقات جميلة لا تُنسى.



## الأهداف

سعى كرنفال أومو إلى زيادة التوعية بالعلامة التجارية، وإلى تعزيز ولاء العائلات في أبوظبي لها.

## الاستراتيجية

زود كرنفال أومو تجربة مسلية، وتفاعلية للعائلات لتلزم بقييم العلامة التجارية الأساسية. وتعرّف العملاء أكثر على العلامة التجارية، ليس من خلال المنتج بحد ذاته فحسب، بل أيضاً من خلال الوعد الذي قطعتة هذه العلامة عليهم. وباعتبارها جزءاً من حملة تسويقية كبيرة، ساهمت هذه الفعالية بإنشاء روابط عاطفية، كما أدت إلى تحقيق زيادة في إجمالي المبيعات.



## إحياء القيم الأساسية



تم إعداد المناطق المخصصة للأنشطة وفقاً لكل من قيم أومو الأساسية. وشملت هذه المناطق أنشطة ذاتية التوجيه، وأخرى تتطلب التوجيه من قبل الموظفين، وأبرزها مضمار ضخم للعوائق قابل للنفخ لتعزيز العزيمة، وحديقة للحيوانات الأليفة التي تنمي روح المشاركة والعطاء، وجسر التوازن للأطفال لتشجيعهم على الاعتماد على الذات، وتحمل المسؤولية، ولعبة الحفر لإيجاد الأحجار الكريمة ومن شأنها مساعدتهم على الإبداع والتصور.

باختصار، تم اختيار أكثر من ٢٠ نشاطاً في كرنفال أومو، ولاقت كلها إقبالاً واسعاً، بعد تعديلها ليشارك فيها الأطفال من الثانية وما فوق. وضم هذا المفهوم الرياضة، والأعمال الحرفية، والألعاب المائية، والسباقات، والبحث عن الكنز، وغيرها الكثير، ليجتمع بين الطفولة، والعائلة، والمرح، بطريقة ملائمة تبقى في أذهان الجميع.

## الاتساح بلا خوف

ارتكزت حملة أومو الكاملة على تقبل حقيقة أن الاتساح نتيجة طبيعية وحمية لنمو أي طفل نشيط! ومن اكتشاف أغذية جديدة، إلى بقع العشب على الزي الرياضي، يُعد اتساح الملابس جزءاً لا يتجزأ من مراحل الاكتشاف والتعلم لدى الأطفال.

وتوسع كرنفال أومو أكثر في هذا المفهوم، بحيث شارك الأطفال مع أهلهم في أنشطة فريدة تفرض اتساح الملابس، وتعزز إمكانات التعلم. فزارت العائلات حيوانات مدهلة في حديقة الحيوانات الأليفة، وزرعوا الأزهار في أصص، وأخذوها إلى منازلهم، كما لعبوا بالماء الملون.

وتم توزيع نماذج من منتج أومو، ليطمئن الأهل إلى إمكانية مشاركة أطفالهم بالكامل في الأنشطة، وإلى جانب هذه النماذج، تم تقديم عروض تمثيلية تظهر فعالية منظف الغسيل.



## الانخراط العاطفي

من خلال تجارب العائلات المشتركة، تمكن كرنفال أومو من إنشاء رابط عاطفي مباشر بين العائلات الحاضرة، ولم يعد مسحوق الغسيل من القرارات البديهية فحسب، بل تحول إلى ذكرى للأوقات الجميلة التي جمعت تلك العائلات.

## النتائج

لقد أثمرت خبرات فريق مدينة زايد الرياضية في مجال تنظيم فعاليات للعائلات والمجتمع المحلي نتائج إيجابية. وحقق كرنفال أومو نجاحاً هائلاً، وافتخر فريق يونيليفر جلف بالعمل مباشرة مع مدينة زايد الرياضية، ويتكمله هذا العرض لها لإنشاء موقع العطل الأسبوعية المثالي للعائلات في أبوظبي.

فرح شويحات، مديرة علامة تجارية، يونيليفر جلف



4.24  
درجة تصنيف  
التجربة لكل

87,500 درهم  
لتغطية وسائل الإعلام

88%  
عدد الأهل الذين سمحوا  
لأطفالهم بالاتساح

98%  
من المشاركين طالبوا  
بإعداد كرنفال أومو آخر

20  
نشاطاً

18  
ساعة من  
البرامج المتواصلة

1,600  
شخص حضر الفعالية

77%  
عدد الأشخاص الذين سيشترون  
المنتج بعد انتهاء الفعالية

