

IKEA

"BallerCard Loyalty Campaign"
Campanha de Direct Mail | Canadá

O Desafio

Destacar o programa de fidelidade IKEA Family e recompensar os 250 membros mais leais da marca na Austrália, capitalizando na imagem icónica das almôndegas suecas para criar uma experiência única e virável.



A Solução



Cartão dourado exclusivo inspirado em cartões de crédito de luxo

O BallerCard foi um cartão de metal dourado que oferecia um ano de almôndegas suecas gratuitas nos restaurantes IKEA. O design inspirou-se em cartões de crédito de luxo, conferindo ao objeto um estatuto de troféu exclusivo e colecionável.



Embalagem premium perfumada com aroma de almôndegas suecas

O cartão foi entregue numa embalagem premium perfumada especialmente com o aroma de almôndegas suecas, criando uma experiência sensorial única ao abrir o correio. A embalagem era reciclável, alinhando-se com os valores de sustentabilidade da IKEA.



Tornou-se viral nas Redes Sociais: os membros partilharam espontaneamente o cartão

A exclusividade e a surpresa da peça incentivou os 250 membros a partilhar a experiência nas redes sociais, gerando discussão orgânica e amplificando o impacto da campanha muito para além da base de destinatários.

Os Resultados



4,1M

alcance de media gerado



+57%

visitas à loja pelos portadores do BallerCard



+204%

pesquisas por "IKEA Family"