

Världsunik frågesport online!

KUNDCASE: NATIONALENCYKLOPEDIN, NE

NE Nationalencyklopedin (NE) kom till oss för att de ville krydda sitt erbjudande online med en frågesport. Med hjälp av Million Minds mångåriga erfarenhet av frågesport och tekniska plattform kunde vi leverera ett världsunikt spel tillsammans med NE:s fantastiska frågor (över 7000 stycken i 6 kategorier och 3 svårighetsgrader).

Quizen, som döptes till Kunskapsjakten, har en variationsrikedom utöver det vanliga. Här finns frågetyper i sex olika varianter, bl.a. sortera svaren, klicka på bild, kartfrågor, ljudfrågor och annan multimedia. För att driva trafik till NE:s uppslagsverk länkas alla svaren till uppslagsord på fria NE.se, samtidigt kan den vetgirige passa på att lära sig någon nytt. Kunskapsjakten blev snabbt en framgång, bara under det första året spelades över 1.000.000 spel!



Om Kunskapsjakten

Kunskapsjakten är Sveriges största allmänbildande frågespel. I den stora jakten på kunskap kan du testa dig själv inom alla möjliga områden. Syftet med Kunskapsjakten för NE är att krydda sitt erbjudande online. Målet var att öka kännedomen av varumärket NE och öka trafiken till sitt fria uppslagsverk, ne.se. Att förpacka den kunskap som redan finns i alla uppslagsord och artiklar i ett spel var ett nytt och spännande sätt att sprida kunskapen till en bredare målgrupp. Frågesport är oerhört populärt och är ett utmärkt sätt att ensam eller tillsammans med sina vänner eller klasskamrater lära sig om allt möjligt samtidigt som det är roligt.

EM i frågesport

Sommaren 2009 publicerade Expressen (Sveriges näst största kvällstidning) en stor tävling i frågesport i samarbete med NE. Tävlingen annonserades i artiklar på nätet och i tidningen, totalt sex fullsidor med redaktionellt innehåll.

"Mer än en framgång!"

Den fem veckor långa kampanjen med fyra veckofinalerna beskrevs som "mer än en framgång" av Expressen (23 juli 2009). Det tävlades ut sponsrade priser på drygt 100.000 kronor. Mer än 35.000 registrerade tävlande (e-post och andra detaljer) spelade över 180.000 spelrundor. NE fick över 100.000 nya besökare till fria NE.se.



Vinnarna tillkännagavs i tidningen (både print och online) som "Sveriges smartaste doktor, tennisentusiaster ..." eftersom uppgifter om yrke och hobby, etc, begärdes under registreringen. Både Expressen och NE fick betydande trafik och särskilt NE fick exponering för deras erbjudande på nätet och andra produkter.