

# Reklamná kampaň pre značku Albi

Prípadová štúdia



Modrý koník

# Dni s Kúzelným čítaním

Klient Albi nie je na Modrom koníku žiadny nováčik. Už sme s ním testovali, alebo skôr hrali sa Hry v kocke a tentokrát sa rozhodli vyskúšať obľúbený natívny formát [Dni so značkou](#). Je typický širokým priestorom na obojstrannú komunikáciu klienta s mamičkami, ktoré už predtým veľa diskutovali o produktoch od Albi.

## Výhody formátu Dni so značkou:

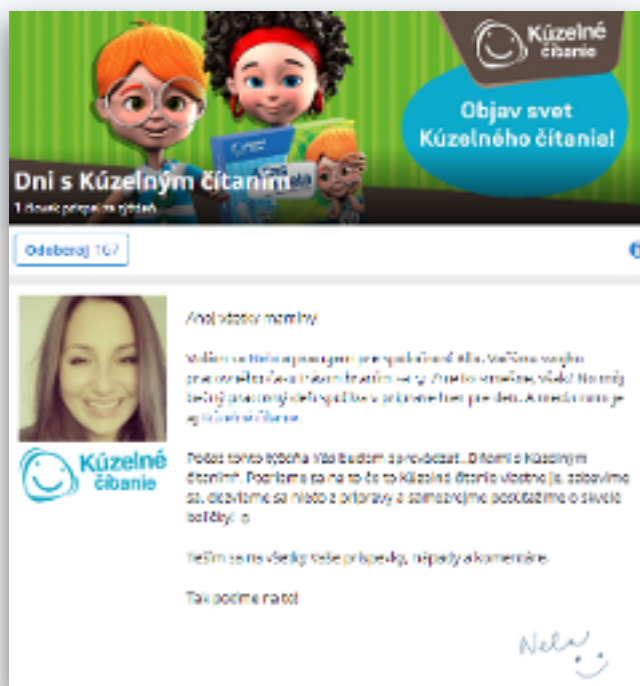
- Modrý koník počas 1 – 2 týždňov žije vašou značkou, vaše logo sa zobrazuje na každej našej podstránke a odkazuje na komunikáciu so značkou (diskusie, súťaže, blog)
- zástupca značky komunikuje osobne, má vlastný profil a blog, diskutuje s používateľkami
- veľký priestor na komunikáciu, vysvetlenie detailov a vlastností produktu, priamy kontakt so zákazníkmi a záujemcami o váš produkt, cenná spätná väzba, interakcia, možnosť odmeniť používateľky v súťažiach a odkázať ich na vaše stránky

**Zameranie:** brand awareness

**Trvanie:** 7 dní (2. – 8. júl 2018)

**Správne načasovanie:** Zárukou úspechu je určite správne načasovanie kampane. V tomto prípade sme dali priestor hovoriacej ceruzke a zábavným knižkám cez školské prázdniny, keď sa deti viac doma nudia a mamičky hľadajú stále nové spôsoby, ako ich zabaviť a niečo ich pritom naučiť

**Produkt:** Kúzelné čítanie – interaktívne knižky a hry s elektronickou ceruzkou



**Hlavný cieľ:** predstaviť produkt Kúzelné čítanie mamičkám, opýtať sa ich na názor, skúsenosti, urobiť kvalitatívny prieskum

**Priebeh kampane:** Modrý koník vytvoril priestor na vysvetlenie produktu mamičkám, teda cieľovej skupine. Klient sa zameril na jeho plusy, čím sa chcel odlíšiť od konkurencie. Ďalším prínosom bolo predstavenie webových stránok a videí. Z diskusií s mamičkami načerpali nové nápady na vylepšenie a novinky.

Počas kampane sa klientovi zvýšila návštevnosť na webe a zaznamenal zvýšené množstvo predaných produktov. Do diskusií sa zapájali mamičky, ktoré produkt predtým nepoznali, ale aj také, ktoré s ním majú skúsenosti. Klient si tak odniesol množstvo návrhov, ktoré postupne zapracováva do edičného plánu vývoja noviniek.

[Pozrite si celú kampaň Dni s Kúzelným čítaním.](#)

## Výsledky kampane

Aktívne zapojených unikátov	1020
Zobrazení príspevkov na firemnom blogu	608 736
Engagement vo fóre	850
Engagement na blogu	1817
Nárast sledujúcich blogu za jeden deň	103

## Vyjadrenie klienta

*Produkt Kúzelné čítanie nie je úplne najjednoduchší, kampaň Dni so značkou nám dala priestor na jeho vysvetlenie. Z blogov a diskusií sme načerpali nové nápady na vylepšenia, či novinky. Toto je pre nás veľmi podstatné, pretože na názore našich zákazníkov nám záleží. Počas trvania kampane sme zaznamenali zvýšený počet návštevníkov nášho eshopu a zároveň zvýšený počet nákupov a celkového obratu. V prípade, že je vaša cieľová skupina na Modrom koníku, odporúčam vám neváhať a spoluprácu absolvovať. Páči sa mi profesionalita, príjemná a priateľská komunikácia, ochota a pomoc pri riešení problémov, interaktivita.*

Petronela Bučová, Produktový špecialista, Albi s.r.o.

Na túto spoluprácu klient nadviazal ďalšími, či už to boli súťaže (zábavné balíčky hier [V kocke](#)) alebo testy ([Hry Kvído](#) a [vonné prírodné sviečky HEART & HOME](#)).