

Reklamná kampaň pre značku Chirmed

Prípadová štúdia



Modrý koník

Chirmed: bannerová kampaň a redakčný článok

Chirmed je medicínske centrum, ktoré sa zameriava na laserovú epiláciu. Keďže najúčinnějšíu metódou trvalej epilácie je vhodné vykonávať ešte pred letom alebo po ňom, keď pokožka nie je vystavená priamemu slnečnému žiareniu, klient sa rozhodol inzerovať práve na jar a na jeseň. Produkt oslovuje špecifickú skupinu žien, no aj tak dosiahol v kampani pekné výsledky.

Prečo vyskúšať redakčný článok:

- prispôbíme váš článok tak, aby čo najlepšie fungoval na Modrom koníku alebo
- obsah pre vás vytvorí používateľka Modrého koníka, ktorá opíše skúsenosť s vaším produktom/službou v jazyku a forme blízkej čitateľkám
- článok zverejníme na profile redakcie, na homepagei Modrého koníka a našom Facebooku

Zameranie: traffic na web

Trvanie: marec – máj 2018, november 2018

Produkt: trvalá laserová epilácia v medicínskom centre Chirmed Plus

Ciel: zvýšiť návštevnosť na webe a dopyt po službách



Priebeh kampane: Klient zvolil bannerovú kampaň počas jari 2018, keď sme najprv poslali vybranému počtu užívateľiek [správu do internej pošty](#) s ponukou jarnej akcie. Správu sme cielili na Bratislavu a okolie, keďže medicínske centrum sídli v centre Bratislavy. Z 10 005 odoslaných správ sme zaznamenali 3 995 otvorení (čo je 39,93% open rate) a 219 klikov (CTR 5,48%).

Pokračovali sme s mesačným odstupom použitím [najvýraznejšieho bannerového formátu branding](#) - okolo celého obsahu stránky Modrý koník. Doručili sme 220-tisíc zobrazení s CTR 0,33% (týždňová kampaň). Nasledovala bannerová kampaň v mobilných zariadeniach ale s využitím vhodného formátu pre tieto zariadenia - large rectangle s rovnakým počtom zobrazení a výsledným CTR 0,18%.

Na jeseň sa klient vrátil s [redakčným článkom](#), ktorým vhodne doplnil komunikáciu.

Autorka článku podrobne opísala, ako si dohadovala stretnutie, aké podmienky musela splniť a čo obnášala samotná procedúra, aj čo na sebe pozorovala pár dní po nej. Okrem toho v článku vysvetlila princíp metódy, ako to funguje a podelila sa s čitateľkami o svoje pocity.

Pozrite sa, ako sa nám podarilo zachytiť spoluprácu s klientom Chirmed: [Ruky hore, chĺpky dole](#). Článok si prečítalo vyše 1 000 používateľiek.

Klient počas celoročnej spolupráce zaznamenal zvýšenie dopytu po svojich službách o 100%.

Výsledky kampane

Bannery - desktop, tablet	723 klikov
Bannery - mobily	386 klikov
Správa do internej pošty	219 klikov, open rate 39,99%

Vyjadrenie klienta

Naším cieľom bolo získať nových klientov, čo sa nám pravdepodobne aj vďaka Modrému koníku podarilo, keďže sa nám počet nových klientov medziročne zvýšil o 100%. Oceňujeme veľmi príjemné a odborne zdatné obchodné zastúpenie a odporúčame vyskúšať to aj vám.

René Kameník, majiteľ, Chirmed Plus s.r.o.