

Reklamná kampaň pre značku Rajo

Prípadová štúdia



Modrý koník

Modrý koník testuje: RAJO Laktofree

Už sa stáva tradíciou, že Rajo skúša postupne všetky naše formáty a vracia sa k nám každý rok. V roku 2018 však bolo tých noviniek a aj testovačiek akosi viac. Ako u nás býva dobrým zvykom, na začiatku kampane [Skúsenosti so značkou](#) sme vybrali 10 našich používateľiek, ktorým sme poslali novinky na vyskúšanie a zrecenzovanie. Tentokrát sme uprednostnili rodiny recenzentiek, v ktorých je prítomná intolerancia laktózy, pretože pre nich je produktová rada Laktofree primárne určená.

Výhody formátu Skúsenosti so značkou:

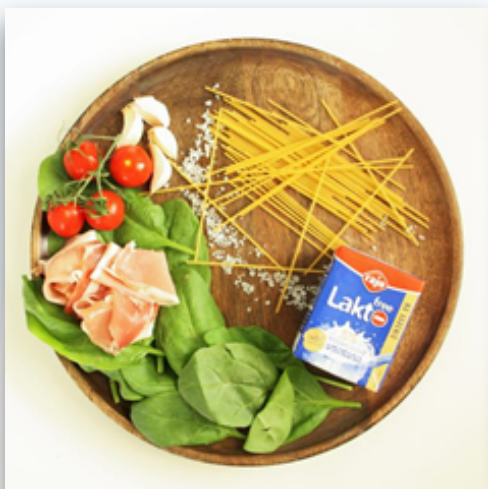
- lepšia pozícia vo vyhľadávачoch, SEO, ochrana značky a reputácie na internete
- obsah vytvorený používateľkami je obľúbený v ich komunite, recenzie na vaše produkty šíriame aj na sociálnych sieťach
- autentické osobné odporúčania, šírenie skúseností používateľiek vo svojom okolí, presah do offline sveta
- získate obsah, s ktorým môžete ďalej pracovať (na soc.sieťach, webe a pod.)

Zameranie: reach, vytvorenie obsahu, recenzie

Trvanie: máj – jún 2018

Produkt: nová produktová rada Laktofree zameraná na ľudí s intoleranciou laktózy

Ciel: dosiahnuť čo najvyšší reach a podnietiť mamičky, aby vytvorili zaujímavý obsah



Priebeh kampane: Používateľky uverejnili recenzie na svojich blogoch. Vznikol tak zaujímavý obsah, ktorý pomohol šíriť povedomie o značke a produktoch nielen na Modrom koníku ale aj na iných sociálnych sieťach.

Klienta milo prekvapilo, aké našli naše recenzentky pre jeho výrobky využitie. Skúšali rôzne recepty, do testovania zapájali celú rodinu a inšpirovali svoje sledovateľky lákavými jedlami na fotkách. Už chápeme, prečo je jedlo také obľúbené v našich testoch.

Prínos kampane: Spotrebiteľky samy nachádzali benefity produktov

V tejto kampani vyzdvihli používateľky všetky dobré vlastnosti testovaných produktov, od chuti cez konzistenciu, vôňu, zloženie, hustotu, využitie. A tiež zhodnotili, ktorý druh produktov si obľúbili najviac a ocenili dostupnosť produktu. Celkovo kampaň videlo 300 000 používateľiek Modrého koníka, čo si klient veľmi pochvaľoval.

Pozrite si ukážku jednej z recenzií. Táto kampaň veľmi pomohla Rajo produktom v umiestnení vo vyhľadávači. Kto je zvedavý, ako ich spotrebiteľia hodnotia, ten sa k recenziám ľahko dostane. Výsledky testovania produktov Rajo sa objavujú vo vyhľadávači Google na prvých priečkach. Klient tiež uverejnil [recenzie našich používateľiek na svojej špeciálnej webstránke](#).

Výsledky kampane

| | |
|-------------------|---------------------------|
| 321 používateľiek | aktívne zapojených |
| 26 884 ľudí | sa dozvedelo o produktoch |
| 337 218-krát | zobrazené recenzie |

Vyjadrenie klienta

Naším cieľom bolo oboznámiť s novinkami cieľovú skupinu mamičiek - dali sme im teda novinky testovať a boli sme príjemne prekvapení, koľko spôsobov využitia spotrebiteľky produktom našli. Kampaň videlo takmer 300 000 užívateľiek. Všetkým, ktorí by tiež radi skúsili kampaň na Modrom koníku odporúčam, aby si nechali poradiť pri výbere vhodného formátu. Spolupráca s obchodným tímom bola flexibilná a promptná.

Team Rajo