

Reklamná kampaň pre TV JOJ

Prípadová štúdia



Modrý koník

Ambasádorka pre TV JOJ

Ambasádorku pre TV JOJ sme začali hľadať v auguste 2018 krátko predtým, ako spúšťali prvý slovenský seriál venovaný mamám, Som mama. V septembri u nás TV JOJ využila na promo seriálu aj brandový formát Dni so značkou - **Dni s JOJkou** aby ho predstavila a nadviazala s divákmi kontakt. Pôda pre **Ambasádorku značky** bola perfektne pripravená. Jej práca začala 1. októbra 2018 a momentálne patrí k najúspešnejším na našom portáli.

Výhody formátu Ambasádorka značky:

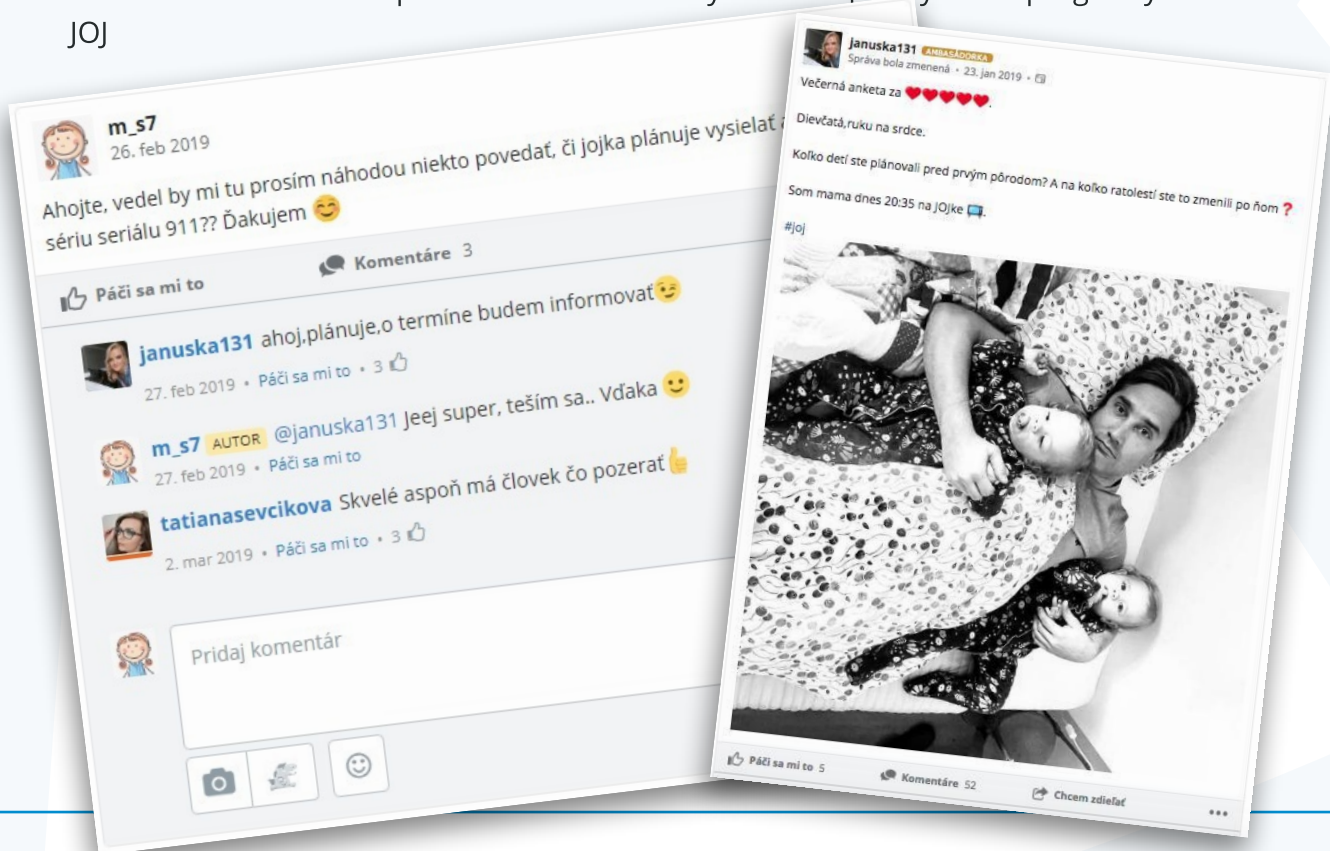
- ambasádorka dlhodobo buduje povedomie o vašej značke, stáva sa akoby „hovorcom“ značky
- vaše produkty sa stanú každodennou súčasťou jej života na niekoľko mesiacov
- tvorí kvalitný obsah a inšpiruje ostatné používateľky
- aktívne pracuje v skupine, zapája do tvorby obsahu jej členov
- jej obsah môže klient šíriť na iných svojich komunikačných kanáloch

Zameranie: love brand, brand awareness, vytvorenie obsahu

Trvanie: október 2018 – súčasnosť (september 2019)

Produkt: Program TV JOJ zaujímavý pre cieľovú skupinu: Inkognito, Naši, Som mama, Rozum v hrsti, Prázdniny, Supermama, ČSMT, rozprávky, filmy, TV Rik...

Ciel: osloviť cieľovú skupinu mamičiek a mladých rodín pre vybrané programy TV JOJ



Priebeh kampane: Ambasádorku sme vybrali na základe reakcií na výzvu, ktorá vždy odštartuje hľadanie tej správnej influencerky na našom portáli. Ako sa ukázalo už pri jej prvom príspevku o spolupráci, vybrali sme správne. Janka je nadšenou diváčkou, miluje rozprávky, JOJka ju baví a vyskúšala si už aj účinkovanie v niektorých reláciách.

Nás potešilo, že je tvorivá, veľmi pozitívna a má charizmu, ktorá baví jej sledovateľky. Súčasťou jej práce je zverejňovanie zákulisných pikošiek, upozorňovanie na vysielanie programov, ktoré by si naše používateľky rozhodne nemali nechať ujsť, rozdávanie srdiečok za hádanky.

Okrem toho na jej blogu prebiehajú súťaže, pridáva obsah z webových stránok TV JOJ (prezenu.joj.sk) a naďalej prispieva fotkami a postrehmi zo svojho súkromia. Komunikácia s ambasádorkou je aj o získavaní spätnej väzby. Mamičky jej často píšú, kedy sa bude vysielat ďalšia séria ich obľúbeného seriálu, či prečo JOJka vysiela niektoré rozprávky večer :)

Pre TV JOJ sme vytvorili skupinu **Prepni sa do JOJ pohody**, ktorá už má takmer 600 členov. Priestor na príspevky tu majú aj členovia skupiny, ktorí môžu odporúčať svoj obľúbený film, tešiť sa spolu na nové epizódy seriálu, zapájať sa do súťaží a pod. **Pozrite si prácu ambasádorky tu.**

Priebežné výsledky kampane

Blog ambasádorky

288 sledovateľov

Skupina

588 členov

Dosah jej príspevkov

36 000 unikátov mesačne

Počet príspevkov v skupine

323

Engagement na blogu

1 927 unikátov mesačne

Podiel oslovených prihlásených

28,65% mesačne

Vyjadrenie klienta

Naším zámerom bolo osloviť cieľovú skupinu mamičiek a mladých rodín pre vybrané formáty TV JOJ. Výsledky príchodu divákov na televíznu obrazovku, čo je náš hlavný cieľ, sú ťažko merateľné, ale s formou spolupráce sme na Modrom koníku spokojní. Páčil sa nám prístup tímu Modrého koníka, oceňujeme asistenciu pri procese výberu ambasádorky a reporting na veľmi vysokej úrovni. Ak uvažujete nad ambasádorkou, dajte si záležať na jej výbere, pripravte si content, ceny do súťaží, rozdeľte prácu na kampani medzi viacerých ľudí a aktívne sa zapájajte - odpovedajte na komentáre.

Kristián Šeffler, Marketingový manažér, TV JOJ