

Reklamná kampaň pre značku LINDEX

Prípadová štúdia



Modrý koník

Skúsenosti so značkou: LINDEX

"Ak sa rozhodnete pre kampaň na Modrom koníku, diskutujte s portálom, vysvetlite všetky silné, ale aj slabé stránky značky. Nechajte si od nich poradiť, svoje publikum na stránke poznajú najlepšie," povedal klient po kampani. Testovanie produktov na Modrom koníku vždy vzbudí veľký ohlas, mamičky rady skúšajú nové veci a potom ich hodnotia v rozsiahlych recenziách. Ale toto testovanie prekonallo všetky rekordy. Vyhlásenie výzvy, že hľadáme 10 mamičiek, ktorým pošleme poukážky na nákup detského oblečenia LINDEX, si prečítalo 18-tisíc používateľiek, testovať ich chcelo viac než 1000. O formáte [Skúsenosti so značkou](#).

Výhody formátu Skúsenosti so značkou:

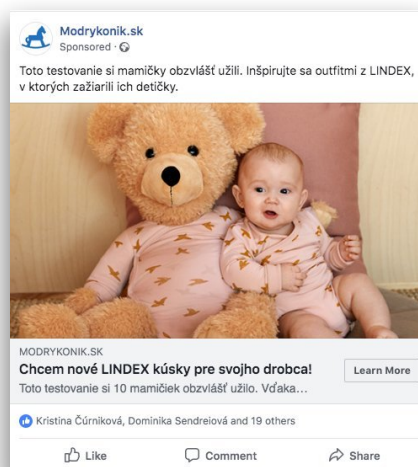
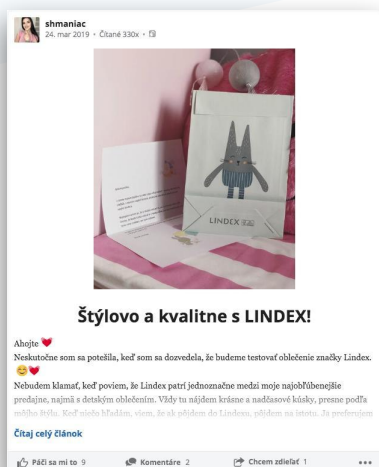
- Obsadenie pozícií vo vyhľadávačoch a podporenie SEO, ochrana značky a reputácie na internete, akonáhle niekto vyhľadáva recenzie s daným produktom.
- Obsah vytvorený užívateľkami je obľúbený v ich komunite, recenzie na produkty šíriame aj na sociálnych sieťach.
- Autentické odporúčania, šírenie skúseností používateľiek vo svojom okolí a sociálnych kruhoch.
- Získate obsah, s ktorým môžete ďalej pracovať vo svojej komunikácii.

Zameranie: reach, vytvorenie obsahu, recenzie

Trvanie: február – marec 2019

Produkt: nová detská kolekcia LINDEX

Ciel: Informovať cieľovú skupinu o novej detskej kolekcii LINDEX, ktorá sa vyznačuje pestrosťou a šetrnosťou k prírode. Všetky produkty sú 100% organické a získali certifikát GOTS (Global Organic Textile Standard).



Priebeh kampane: Naše recenzentky zobrali svoju úlohu zodpovedne. Vyberali rôzne kúsky, a tak sa v recenziách detskej outfity neopakovali a čitatelia recenzií si mohli prehliadnúť veľkú ukážku produktov, ktoré chcel klient predstaviť. Okrem toho, že deti obliekli od hlavy po päty, oblečenie podrobili testovaniu na ihriskách, v daždi, počas spánku a pri hre, preto ocenili, že oblečenie vydržalo v top stave aj po niekoľkých praniach. Testovanie začínali nákupmi, na ktoré zobrali aj svoje ratolesti. Tie sa stali hlavnými hviezdami fotiek so štýlovými outfitmi, ktorými sa mohli iné mamičky inšpirovať. V niektorých prípadoch nakupovali aj oteckovia, lebo predajní Lindex po Slovensku nie je veľa a vyberali sme recenzentky zo všetkých kútov Slovenska. Z tohto dôvodu spomenuli eshop, na ktorom môžu nakúpiť všetky mamičky. [Recenzie oblečenia značky LINDEX nájdete tu.](#)



lenkan21 Áno, aj ja Matúškovi kupujem rifle v lindexe. Sú najlepšie, je veľmi tenký a nikdy mu žiadne nesedeli, okrem tých od lindex.

26. feb 2019 • Páči sa mi to • 1



borka77 Krásna recenzia a krásne oblečko ste si vybrali 🥰 Tak ako vy obľubujete Lindex, my milujeme Zaru, ale po zhladnutí Tvojich fotiek, sa asi do Lindexu skočím pozrieť 😊

24. mar 2019 • Páči sa mi to • 1 • Odpovedz • • 90488615

Výsledky kampane

2 030 používateľiek

aktivne zapojených

29 894 ľudí

sa dozvedelo o produkte

991 576-krát

zobrazené recenzie

Vyjadrenie klienta:

Portál Modrý koník sme oslovili z dôvodu veľkého zásahu našej cieľovej skupiny - mamičky. Naším cieľom bolo informovať o novej detskej kolekcii. Kampaň dosiahla vynikajúce výsledky - bola to historicky najúspešnejšia kampaň Skúsenosti so značkou. Prejavilo sa to aj vo zvýšení predaja baby sortimentu. Páči sa mi kreativita, odbornosť, flexibilita a spoľahlivosť. Kampaň nielen pripravila na základe dodaných podkladov, ale aj zvolila správny spôsob komunikácie s užívateľkami.

Nina Foltánová, Account director, DIGILINE (kampaň pre klienta zastrešovala agentúra)