

# Reklamná kampaň pre HiPP

Prípadová štúdia



Modrý koník

# Skúsenosti so značkou HiPP

Klient HiPP s nami spolupracoval aj v minulosti, naposledy mamičky na Modrom koníku testovali vlhčené obrúsky, detskú kozmetiku či dojčenské mlieko. Aj tentokrát siahli po formáte **Skúsenosti so značkou**, ktorý sa perfektne hodil na ochutnanie nového radu detských príkrmov v skle "Prvá lyžička". Zo stovky zapojených používateľiek sme vybrali desať mamičiek, ktoré dostali päť rôznych príchuť zeleninových príkrmov, aby ich spolu so svojimi deťmi ochutnali v rámci zavádzania prvých príkrmov. Svoju skúsenosť podrobne zdokumentovali v recenziách na svojom blogu a príspevkoch na stene.

**Zameranie:** reach, vytvorenie obsahu, recenzie

**Trvanie:** máj – jún 2021

**Produkt:** hotové zeleninové príkrmy HiPP BIO "Prvá lyžička"

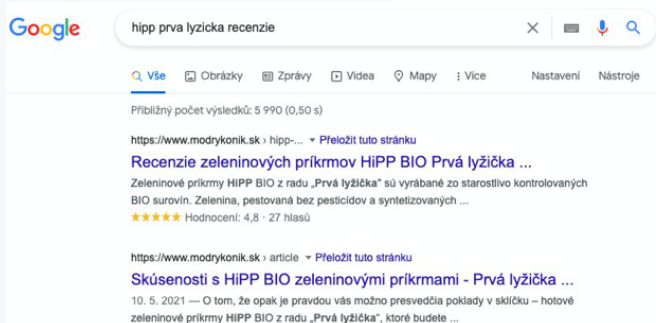
**Ciel:** vzbudiť medzi mamičkami povedomie o tom, že kupovať hotové príkrmy v skle nie je zlé.

## Výsledky kampane

<b>334 používateľiek</b>	aktívne zapojených
<b>23 694 ľudí</b>	sa dozvedelo o produkte
<b>380 600-krát</b>	zobrazené recenzie



**Priebeh kampane:** Najskôr sme na základe výzvy vybrali 10 mamičiek s deťmi, ktoré mali vhodný vek na zavádzanie prvých príkrmov. Poslali sme im balíček s produktami na otestovanie. Mamičky dokumentovali testovanie od prijatia balíčka až po zjedenie poslednej lyžičky. Príkrmy ochutnávali spolu s deťmi, hodnotili konzistenciu, farbu, vôňu, zloženie aj kvalitu výrobkov. Pochvaľovali si, že vďaka produktu ušetrili čas a mohli sa viac venovať deťom a byť s nimi vonku. Spomenuli, že škrvny od niektorej zeleniny sa ľahšie perú, vyzdvihli príchute, ktoré deťom chutili najviac, páčila sa im gramáž produktu. Menej spokojné boli s tým, že sa fľašky nedali po použití dobre zatvoriť a znovu použiť, niektoré ohodnotili negatívne aj vyššiu cenu. Celkovo však produkt hodnotili pozitívne a priznali, že ho budú kupovať aj naďalej. Skúsenosti s HiPP obsadili prvú priečku vo vyhľadávачi Google. [Prečítajte si všetky príspevky mamičiek a ich recenzie tu.](#)



## Vyjadrenie klienta:

*Naším cieľom bolo vzbudiť medzi mamičkami povedomie o tom, že kupovať hotový príkrm v skle nie je zlé. Marketérom odkazujem, aby sa nebáli, tím Modrý koník je veľmi profesionálny, v prípade potreby vám poradí. Na spolupráci s Modrým koníkom sa mi páčil veľmi vydarený copywriting a fotky.*

Martina Laketič, Brand manager HiPP

## 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 používateľkami 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.