

Případová studie / IKEA

Interaktivní video reklama na Stream.cz

Zadání

Klient IKEA v rámci své kampaně „Kitchen“ komunikoval nové produkty přímo pro zařízení kuchyně. Komunikace klienta byla silně produktová. Cílem kampaně tedy bylo vyzdvihnout jednotlivé produkty klienta s fokusem na krátké info o produktech a jejich ceně.

Řešení

Pro kampaň měl klient dostupný 40 s videospot. Pro klienta jsme hledali formát, který by dokázal spot využít a také vygenerovat rozšířený zájem o produkty, které byly v spotu obsaženy.

Pro tento účel jsme vybrali formát **HOTSPOT**.

Ten pracuje s videoreklamou, kterou je možné doplnit o interaktivní „symboly“. Na mouse-over uživatele se symboly během spotu klienta rozbálí, přičemž komunikují bližší informace o produktu, ceně apod. Uživatel má tak možnost zjistit rozšířené informace o produktech během samotné videoreklamy, přičemž video se během zobrazení symbolů zastaví a uživatel má tak dostatek času na přijetí sdělení. Jako placement jsme zvolili službu Stream.cz, která byla v rámci vybrané cílové skupiny nejvhodnější.

Formát: Hotspot

Placement: Stream.cz

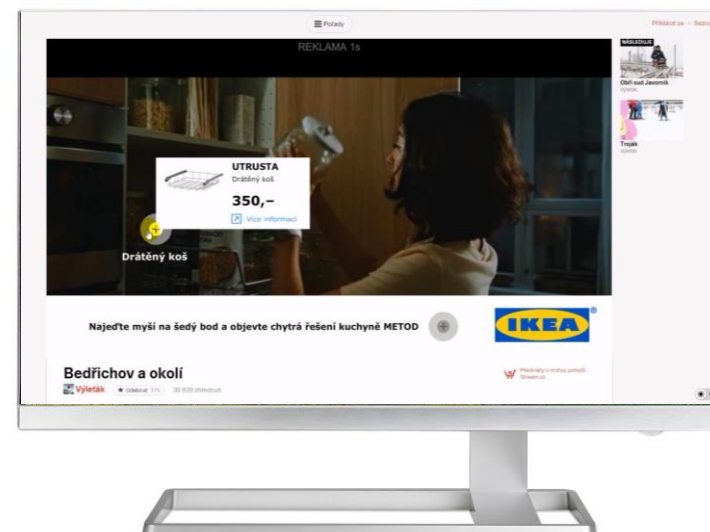
Zařízení: Desktop

Klient: IKEA Česká republika, s.r.o.

Agentura: MEC Czech s.r.o.

Formát: Hotspot

Placement: Stream.cz



Výsledky



CTR

Proklik na stránky klienta byl v této kampani na standardně dobrých výsledcích. Formát vygeneroval více než **3,34 %** prokliků, což představuje **15 701** návštěv na stránky klienta.

3,34 %



Hotspot rate

Tato metrika vyjadřuje interakci se zmíněnými symboly ve videu. V rámci formátu Hotspot jsme dosáhli vynikajícího čísla, a to **29 143** těchto interakcí. Uživatel tak měl možnost zjistit dodatečné informace o produktu, ceně nebo se mohl prokliknout přímo na stránky vybraného produktu.

5,83 %



Engagement rate

Formát Hotspot vygeneroval více než **9,18 %** engagement rate. Hodnota představuje součet interakcí s formátem, tak i prokliky na stránky klienta.

9,18 %

Závěrem

Formát HOTSPOT představuje rozšíření standardní video reklamy o interaktivní a hravé prvky. Interakcí s formátem prodlužujeme čas, který uživatel s video reklamou, tedy s brandem klienta, stráví. To pomáhá generovat vysoká čísla proklikovosti na stránky klienta jakož i dodatečnou interakci s formátem.

Klientovi IKEA jsme formátem **HOTSPOT** doručili kromě dobré návštěvnosti jeho webových stránek také vysoký počet interakcí s jednotlivými produkty videa. Výsledný engagement rate a tedy interakce s formátem představuje vynikajících **9,18 %**, což je v rámci vybraného segmentu **vynikající výsledek**.