

CASE STUDY

Konopný Táta.



Společně s Konopným Tátou jsme představili léčivou sílu konopí

Konopí je bylina s všestrannými účinky, kterou znaly už starověké civilizace. Využívaly ji při problémech se spánkem, bolestech hlavy či onemocnění střev. Arabští lékaři konopím tlumili záněty a podávali ho proti epileptickým záchvatům. Britská královna Viktorie užívala tuto bylinu na migrénu a menstruační bolesti. S čím vším nám mohou přípravky z konopí pomoci, jsme ukázali společně s Konopným Tátou.

Konopný Táta je česká firma, která se od svého vzniku v roce 2010 rozrostla a vyšplhala na pomyslnou špičku konopného byznysu v České republice. Bylinu pěstují na vlastním poli a zpracovávají ji do mastiček, čajů i olejů. Cílem firmy je, aby konopí bylo širokou veřejností kladně hodnoceno a využíváno k prospěchu každého z nás.

Hlavním cílem obsahové kampaně bylo zpracovat na budování značky Konopný Táta a rozšířit o ní povědomí. Dalším z cílů komunikace pak bylo srozumitelnou formou představit problematiku konopí a jeho všestranné využití. A to v průmyslu, kosmetice i lékařství. Pro splnění těchto cílů se nejvíce hodil formát Seznam Native, publikovaný na zpravodajské doméně Seznam Zprávy.

Hlavním cílem obsahové kampaně bylo zpracovat na budování značky Konopný Táta a rozšířit o ní povědomí. Dalším z cílů komunikace pak bylo srozumitelnou formou představit problematiku konopí a jeho všestranné využití. A to v průmyslu, kosmetice i lékařství. Pro splnění těchto cílů se nejvíce hodil formát Seznam Native, publikovaný na zpravodajské doméně Seznam Zprávy.



Jak jsme Seznam Native dostali mezi lidi?

Článek jsme umístili na Seznam Zprávy a další weby pod hlavičkou Seznamu. Pro distribuci kampaně jsme zvolili obsahové upoutávky na relevantních webech prostřednictvím různých formátů článkových upoutávek. Vytvořili jsme celkem desítky kombinací textu, obrázků a umístění optimalizovaných na základě prokliků a doby strávené na článku.

Jak jsme měřili úspěch?

Při hodnocení úspěšnosti formátu Seznam Native jsme vycházeli z několika metrik. Sledovali jsme čas strávený s obsahem, který značí jeho atraktivitu pro publikum. V tomto případě bylo naším cílem překročit 4 minuty na článku. Zásadní metrikou byl také počet unikátních čtenářů, u tohoto článku jsme jich garantovali 50 000. Kampaň jsme doměřili nástrojem Seznam Brand Lift, který zkoumá dopad brandové kampaně na značku pomocí „jednoklikového“ dotazníku.

Zajímalo nás, co se vybaví respondentům, když se řekne Konopný Táta a zmíní se jejich produkty. Souběžně jsme zkoumali také vliv článku na vnímání prospěšnosti konopí na lidské zdraví.

Jaké výsledky kampaň přinesla?



Obsah si přečetlo **57 908 unikátních čtenářů**. Průměrná doba, kterou strávili na článku, se vyšplhala na nadstandardních **7 minut**.



U měření nástrojem Seznam Brand Lift nás zajímalo, co se vybaví respondentům, když se řekne Konopný Táta a zmíní se jejich produkty. Množství lidí, kterým se představený produkt díky Nativu dostal do povědomí, narostl z původních 17 % na 41 %. Šlo tedy o **nárůst 141 %**.



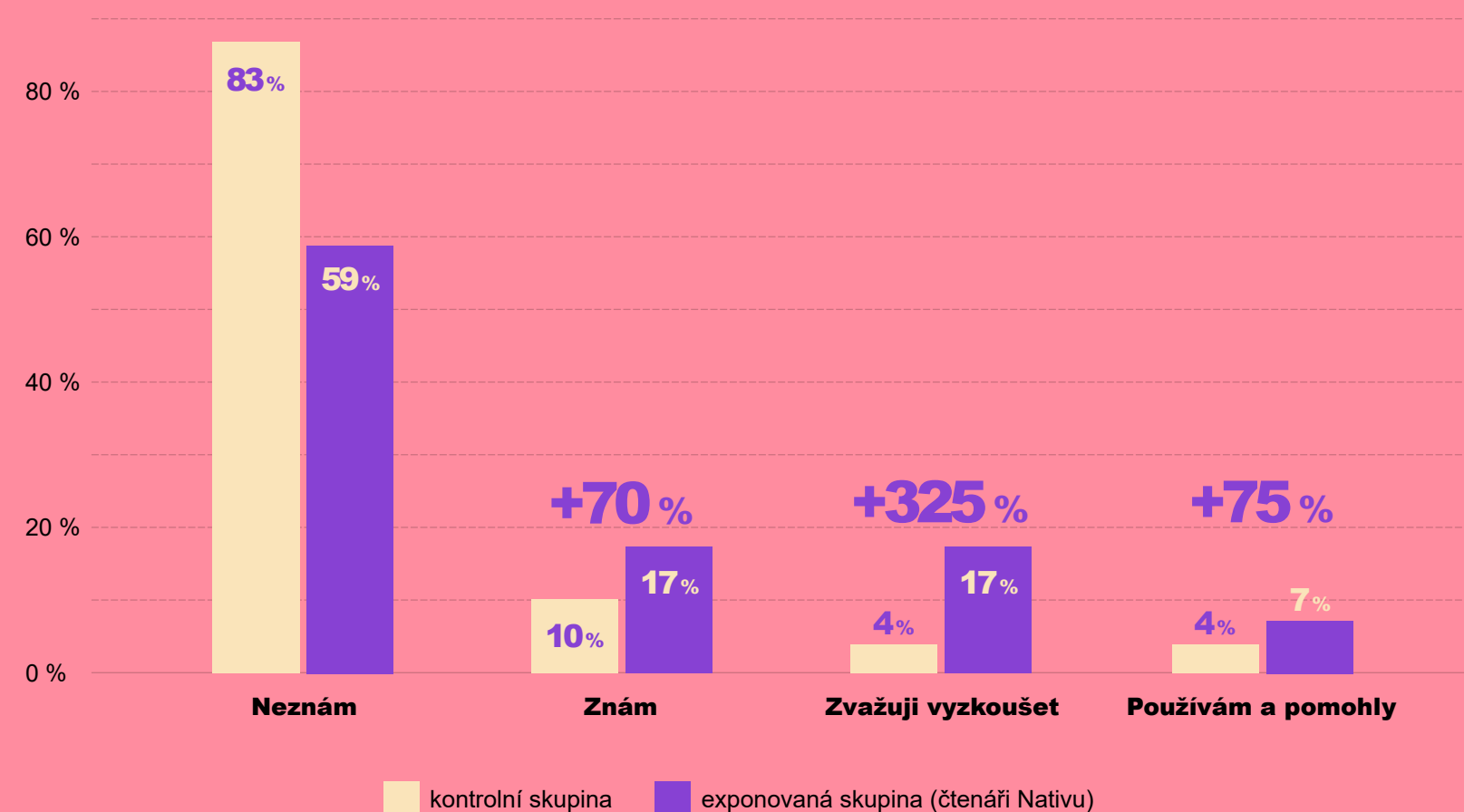
Prokazatelně se nám podařilo čtenářům představit českou firmu Konopný Táta a posílit vnímání jejího brandu. Odpověď „Znám“ narostla o skvělých 325 % a o 75 % vyskočila odpověď „Produkty používám a pomohly mi“.



Souběžně s anketou zaměřenou na produkt jsme zkoumali také vliv článku na vnímání prospěšnosti konopí na lidské zdraví. Článek u čtenářů ukázal **60% pokles nedůvěry** v konopné produkty. Počet uživatelů narostl z původních 30 % na 40 %. Šlo o **nárůst 33 %**.



Výsledkem měření jsme dokázali, že spojení atraktivního obsahu s produktem nebo službou klienta, která je součástí řešení nebo problému, funguje v obsahové kampani nejlépe. Prokazatelně se nám podařilo čtenářům představit českou firmu Konopný Táta a posílit vnímání jejího brandu.



*Zdroj: Seznam Brand Lift, kontrolní n=1329, exponovaná n=1024



Výskumem účinné konopí se vědci podařilo odhalit důležitý mechanismus, který se odehrává v lidském těle. Nativu se endokannabinoidní systém a nachází se v téměř všech živých organismech, které mají nervovou soustavu. Jaké má v lidském těle funkci a jak vzniká a konopí?

Endokannabinoidní systém je odpovědný za regulování široké škály biologických procesů. Mimo jiné udržuje vnitřní rovnováhu těla.

Příkladem je stavba. Imuně buňky nebo buňky začít stres, tento systém zabraňuje rozvoji v těle rovnováhu. Pokud se tak na konopí tělo, kdy používáme konopí, kdy se cítíme spokojení a kdy má imunitní systém být na pozadí.

Kolik kanabinoidů prozatím vědci objevili?

TO MĚ ZAJÍMÁ



Nejvíce známé je tetrahydrokannabinol, který se v těle stává hlavním endokannabinoidním systémem a kanabinoidním receptorem, je žlutý sloučeninou. V roce 1964 objevili také anandamid, endokannabinoid, který se tělo sám vyrovná a nachází se především v mozku. Prokannabinoidy obsažené v konopí jsou velice podobné endokannabinoidům, jsou tak schopny vázat se na kanabinoidní receptory v lidském těle. Díky tomu může konopí přes tento systém ovlivňovat velké množství procesů v těle.

Co všechno Endokannabinoidní systém v těle ovlivňuje?



Konopí jako vhodný pomocník

Ve chvíli, kdy tento systém v těle nepracuje tak, jak má, se může objevit řada zdravotních potíží - problémy se spánkem či migrény, ale i vážnější autoimunitní onemocnění jako roztroušená skleróza, lupénka, alergie na lepek nebo jiné silné alergické reakce.



Předtím výzkum z posledních let je CBD obsažen v konopí nejen bezpečně, ale má i velký potenciál při léčbě mnoha nemocí, a to nejen těch autoimunitních. Zkoumá se jeho CBD například na Alzheimerovu nebo Parkinsonovu chorobu. * Na trhu již jsou dva schválené a ověřené léky vyrobené z konopí, které mají přírodní způsobem. Právě tímto způsobem se v těle nachází k produkci, což platí i o České republice.

Konopí je také dobrým pomocníkem při léčbě psychických obtíží, jako jsou deprese, úzkost a panické ataky.

A křehké konopí se vyvíjí i pro zranění dětí s Touretteovým syndromem nebo při nechuťnosti a ekologických nemocných pacientů.

* CBD - Cannabidiol © 2019 The Green Report, World Health Organization 2017

Kdo se na kampani podílel?

Projektové řízení: Jitka Damková

Text: Klára Kučerová

Design: Stanislav Pilátik

Kód: Jana Koudelková

Ať už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákazníkovu pozornost a naservírujte mu kvalitní obsah. Nevíte, jak na to? V Brand Studiu se nebojíme velkých výzev. obraťte se na nás a my vám rádi pomůžeme: brandstudio@firma.seznam.cz.



Seznam Native Když příroda pomáhá najdete zde.