



CASE STUDY

Rajec. Žízeň po pohybu.

Jak jsme se značkou Rajec probudili v lidech žízeň po pohybu

Restaurace, divadla i sportoviště byla na jaře 2021 zavřená. Češi se málo hýbali, a to mělo vliv na jejich fyzické i mentální zdraví. To jsme spolu se značkou Rajec chtěli změnit. Otevřeli jsme největší fitko v Česku i na Slovensku – na čerstvém vzduchu a zadarmo.

Pohyb je především radost. Jak správně motivovat čtenáře? Věděli jsme, že nechceme vytvářet žádnou novou fitness aplikaci, nutit lidi do sdílení svých sportovních výkonů nebo do vzájemného soupeření. Chtěli jsme je podpořit v co nejpřirozenějším, snadném a dostupném pohybu. Vytipovali jsme proto zhruba 4 500 venkovních posiloven, parků, rybníků nebo tras pro in-line brusle po celém Česku a Slovensku. Označili jsme je v aplikaci Mapy.cz a zajistili jsme, aby se zobrazily také při vyhledávání klíčového slova „Outfitko“.

Interaktivním článkem Seznam Native s titulkem „Najděte sport, který vám dělá radost“ provázeli amatérští sportovci. Ti dali čtenářům tipy na to, jak venku sportovat a jak u pohybu vydržet. Do článku jsme opět zapojili i Mapy.cz a několik videí, která podpořila čtenáře v udržení pozornosti při čtení. Vysvětlili jsme, jakou roli má hydratace a voda na sportovní výkon i lidské zdraví. Popsali jsme i soutěž, která se v rámci kampaně odehrávala na webu klienta.

Najděte sport, který vám dělá radost

LIDSKÉ TĚLO JE STVOŘENÉ PRO POHYB V PŘÍRODĚ

Zvedněte se ze židle a protáhněte svoje tělo. Je to to nejlepší, co pro něj můžete udělat.

7 dobrých důvodů, proč se dát do pohybu

TŘETINA DOSPĚLÝCH ČECHŮ BĚHEM PANDEMIE PŘIBRALA NA VÁŽE.

NEPŘEPÍNEJTE SVÉ TĚLO A ZAČNĚTE SE HÝBAT S LEHKOSTÍ

Jakmile překonáte několik prvních týdnu, pohyb si zamilujete a nebudete se ho chtít vzdát.

KOLIK VODY BI MĚL KAŽDÝ DEN PÍT? KOLIK SLADKÝCH PÍJEVÍKŮ BI MĚL KAŽDÝ DEN PÍT?

Výrazte ven, nadýchnete se čerstvého vzduchu a zaposloucháte se do šumění stromů.

ČEŠI SE MÁLO HÝBOU. JAK NAJÍT SPORT, KTERÝ VÁM UDĚLÁ RADOST?

Jóga: Dopřejte si uvolnění a posilněte tělo

JAK ZAČÍT S JÓGOU? MÁME PRO VÁS NĚKOLIK ZÁKLADNÍCH JÓGOVÝCH POZIC, KTERÝM JÓGIČI ŘÍKAJÍ ASÁNY.

Jak jsme Outfitko dostali mezi lidi?

Článek s videi jsme umístili na Seznam Zprávy a další weby pod hlavičkou Seznamu. V rámci distribuční strategie jsme připravili desítky nativních upoutávek, jejichž výkonnost jsme průběžně sledovali a optimalizovali. Ve spolupráci se slovenským vydavatelstvím SME.sk jsme článek umístili i na jejich zpravodajský portál. Čtenost článků jsme podpořili i příspěvků na Facebooku. Klient ve spolupráci s agenturou dále vytvořil speciální microsite se soutěží, zajistil spolupráci s influencery, kampaň na sociálních sítích i na desítkách sportovních eventů v Česku i na Slovensku. Etiket vody Rajec, které obsahovaly i QR kód, bylo vyrobeno 5 milionů.

Jak jsme měřili úspěch?

V kampani jsme sledovali počet unikátních čtenářů, kterých jsme chtěli oslovit 125 000. Naším cílem zároveň bylo, aby uživatelé s obsahem trávili čtením a interakcemi déle než 3 minuty, což je doba, která převyšuje běžný čas u redakčních článků. Dále jsme sledovali počet vyhledávání klíčového slova „Outfitko“ v aplikaci Mapy.cz a načítání QR kódu z etikety lahve vody Rajec, který uživatele vedl přímo do Mapy.cz a k nejbližším sportovištím v okolí. Zajímalo nás, jak budou lidé aktivní v aplikaci Mapy.cz a jak často budou využívat reklamní POI.

Jaké výsledky kampaň přinesla?



Námi vytvořený obsah si v Česku přečetlo více než 190 000 unikátních čtenářů, což je o 52 % více oproti plánu. Uživatelé s obsahem strávili v průměru 3,5 minuty, což je o 17 % více oproti očekávání. Videá se sportovci si uživatelé pustili více než 120 000krát.



Velký úspěch jsme zaznamenali především v používání aplikace Mapy.cz. Zdroj většiny zobrazení Outfitek v Mapy.cz byl organický a pramenil z oblíbenosti platformy. Během léta si uživatelé 2 210 261× zobrazili detaily u 4 500 vytipovaných míst. S reklamními POI lidé interagovali stejně jako s těmi běžnými.



Vyhledávání klíčového slova „Outfitko“, proklik v rámci aplikace Mapy.cz a námi vytvořeného obsahu v součtu s načtením QR kódu z etikety dohromady činilo 101 713 případů.



Kampaň obsadila 1. příčku v celosvětové konkurenci, a to v rámci soutěže Native Advertising Awards. Zazářila v kategorii Nejlepší nativní kampaň pro aktivizaci uživatelů.

Kdo se na kampani podílel?

Projektové řízení : Jan Čapek
Text: Kristýna Dlasková, Nikola Drnková
Design: Ondřej Ševčík
Kód: Veronika Lipusová

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



Seznam Native Žízeň po pohybu najdete zde.