



CASE STUDY

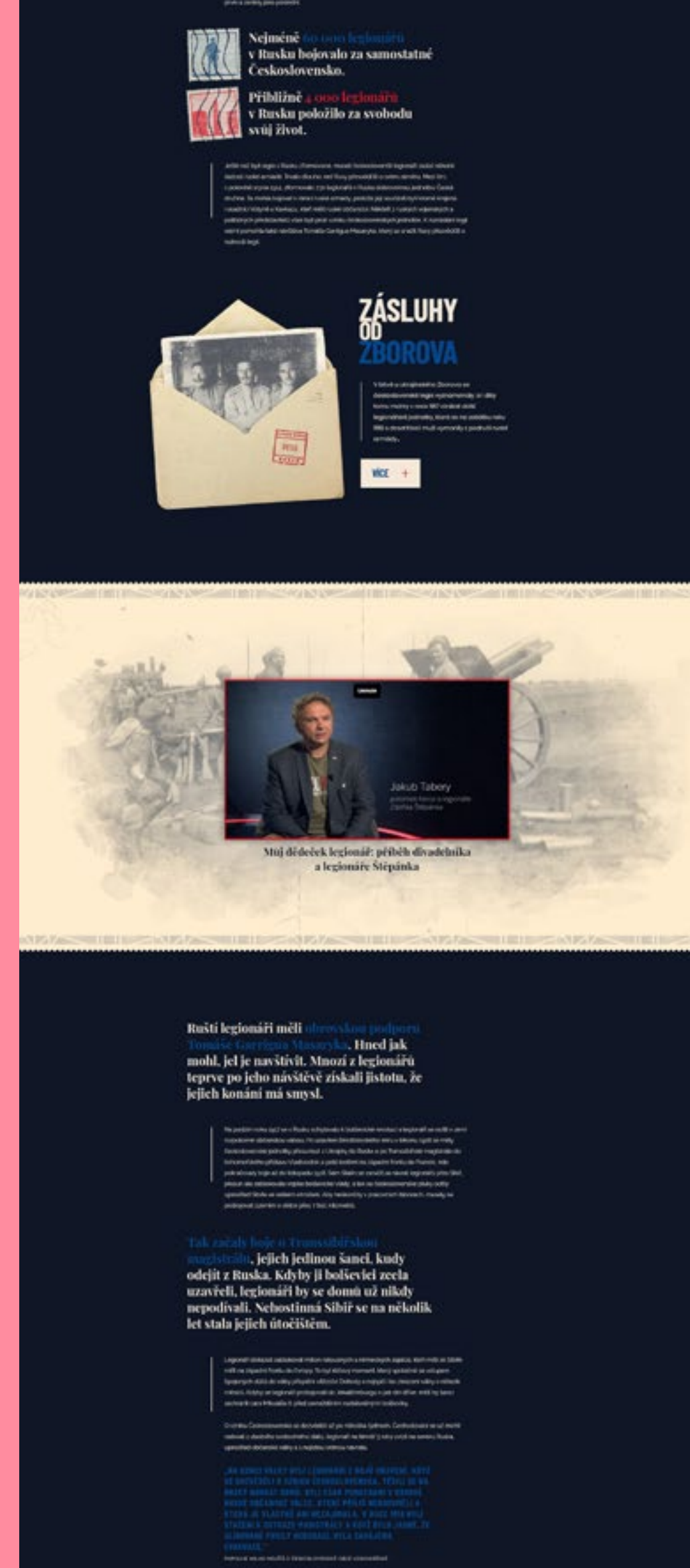
Heffron. Dávno zapomenutá cesta za svobodu.

Se sklenkou rumu Heffron jsme připomněli české hrdiny

My, Češi, žijeme ve svobodné zemi teprve posledních 30 let. Naši rodiče zažili komunistickou totalitu, naši prarodiče nacistické vyvražďování a hrůzy světových válek. Postupně zapomínáme na hrdiny, kteří pro svoji vlast a pro naši svobodu položili život. Se značkou rumu Heffron jsme proto připomněli naši dlouhou cestu za svobodou. Jak oživit příběhy zapomenutých hrdinů?

Národu, který si neváží svých hrdinů, hrozí, že nebude mít žádné, až je bude potřebovat. V prvním ze dvou Nativů jsme se zaměřili na dávno zapomenutou cestu, kterou absolvovali hrdinové z první světové války. Loď Heffron vezla jako poslední československé legionáře, jejichž příběhy jsme v obsahu vyprávěli. Článek jsme doplnili videem i audio ukázkami z deníků i dopisů, které legionáři posílali do svých domovů. To proto, abychom co nejvěrněji přiblížili tehdejší život a oživil příběhy lidí, které se nacisté a poté i komunisté snažili vymazat z historie.

Ve druhé části série s názvem Bouřlivé dějiny naší země jsme zavzpomínali na hrdiny naší země, kteří pro svobodu našeho národa obětovali svůj život. Připomněli jsme si osudové roky 20. století, které pro naši zemi znamenaly buď krok ke svobodě, anebo k útlaku a utrpení. Obsah jsme doplnili o dobové fotografie, audio a interaktivní kvíz, díky kterému se čtenáři mohli vžít do kůže některých z hrdinů. Tuto příležitost si nenechalo ujít celkem 30 000 lidí.



Jak jsme kampaň dostali mezi lidi?

Články jsme umístili na Seznam Zprávy a další weby pod hlavičkou Seznamu. Vytvořili jsme desítky kombinací upoutávek, které jsme distribuovali napříč Seznamem a následně jsme je optimalizovali tak, abychom splnili cíle kampaní.

Jak jsme měřili úspěch?

V obou kampaních jsme sledovali čas strávený s obsahem, který značí atraktivitu obsahu pro publikum. V tomto případě bylo naším cílem překročit 3 minuty na každém z článků. Zásadní metrikou byl také počet unikátních čtenářů, kterých jsme v rámci každého článku garantovali 90 000. V kampani Dávno zapomenutá cesta za svobodou jsme sledovali i počet přehrání videí, které jsou součástí Nativu.

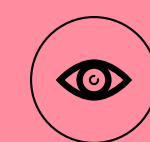
Jaké výsledky kampaň přinesla?



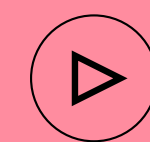
Třiminutovou hranici pro průměrný čas strávený na článku se nám podařilo překonat. Průměrný čas na článku Bouřlivé dějiny naší země se vyšplhal na 5 a půl minuty, zatímco s nativním článkem Dávno zapomenutá cesta za svobodou čtenáři strávili v průměru 11 minut, což je více než trojnásobek v porovnání s redakčními texty.



Silné propojení obsahu Nativu a klienta se odrazilo také u přímých prokliků na klientský web a e-shop. Celkem jsme napočítali přes 15 500 prokliků. I díky obsahovým kampaním se podařilo rychle vyprodat limitovanou edici lahví rumu, na jejichž etiketách se nacházely další příběhy českých hrdinů.



Články Bouřlivé dějiny naší země a Dávno zapomenutá cesta za svobodou si přečetlo přes 200 000 unikátních čtenářů, čímž jsme překonali předem stanovenou garanci.



V kampani Dávno zapomenutá cesta za svobodou jsme pak naměřili téměř 66 000 přehrání videí.



Kdo se na kampani podílel?

Projektové řízení: Lucie Jonáčková, Jan Čapek
Text: Kristýna Dlasková
Design: Ondřej Ševčík
Kód: Luboš Lopour, Jana Koudelková

Ať už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákaznickou 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 Dávno zapomenutá cesta za svobodou najdete zde.



Seznam Native Bouřlivé dějiny naší země najdete zde.