

Případová studie:

# Podpořte znalost vaší značky pomocí audioreklamy. Funguje to.

## Seznam Brand Lift

Tento jednklikový dotazník se zobrazuje dvěma skupinám respondentů. První z nich reklamu zaznamenala a druhá vůbec. Rozdíl ve skóre mezi skupinami představuje tzv. lift neboli dopad kampaně na značku. Standardně ho využíváme na měření dopadu brandových kampaní. Nás však zajímalo, jak audio ovlivňuje vnímání značky, a rozhodli se využít toto měření také v audioreklamě.



## Náš cíl? Zvýšit povědomí o webu Podcasty.cz

Naším cílem bylo zjistit, jaký dopad má audioreklama v audioprostoru od Seznamu. Měření jsme spustili na menší kampani, během které jsme chtěli podpořit znalost platformy Podcasty.cz, a jako formát jsme využili audiospoty.

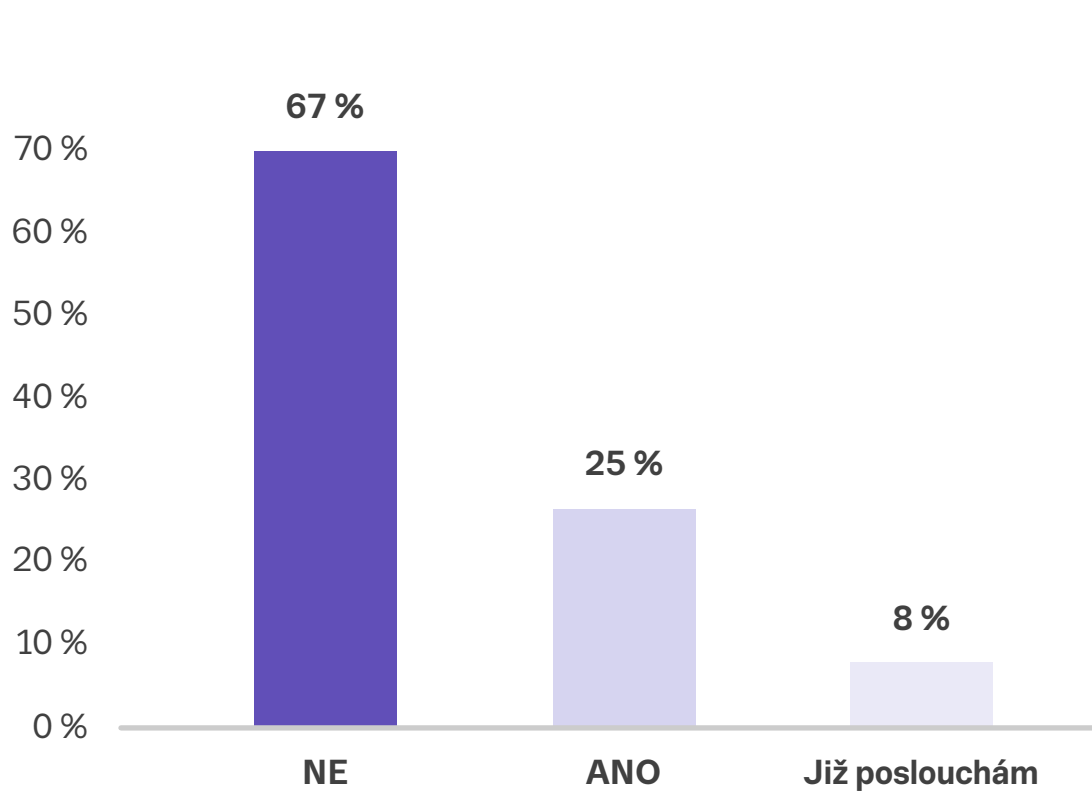
Vliv audiospotů na znalost platformy Podcasty.cz jsme ověřovali pomocí anketní otázky. Před spuštěním kampaně neznalo web Podcasty.cz 67 % lidí, kteří poslouchali podcasty přes Novinky.cz, Seznam Zprávy nebo Radio player na Seznamu. V průzkumu uvedlo pouze 8 % posluchačů ze seznamáckých platform, že poslouchá audio přes web Podcasty.cz.

## Už jste slyšeli o webu Podcasty.cz?



### Kontrolní průzkum (pre-test)

Posluchači podcastů na Seznam.cz (novinky, zprávy, sport, homepage...)



Připravili jsme proto audiospot o délce 15 sec, který měl zvýšit povědomí o platformě Podcasty.cz.

## Překvapující výsledky kampaně

Audiokampaň jsme spustili na floatingu v digitální části balíčku **Seznam Cross Audio**. V kampani jsme využili toho, že posluchače Seznam Audia umíme doměřit a kombinovanou reklamou, která má vysokou míru proklikovosti. S osloveným publikem tedy pak můžeme pracovat v onlinu stejně jako s jakýmkoliv retargetingovým seznamem, což svědčí o vysoké efektivitě audioreklamy.

## Výsledky kampaně

- o 65 % vyšší hledanost značky na Seznamu
- o 85 % vyšší hledanost značky na Googlu
- 0,23 % proklikovost
- Nárůst znalosti brandu o 88 %

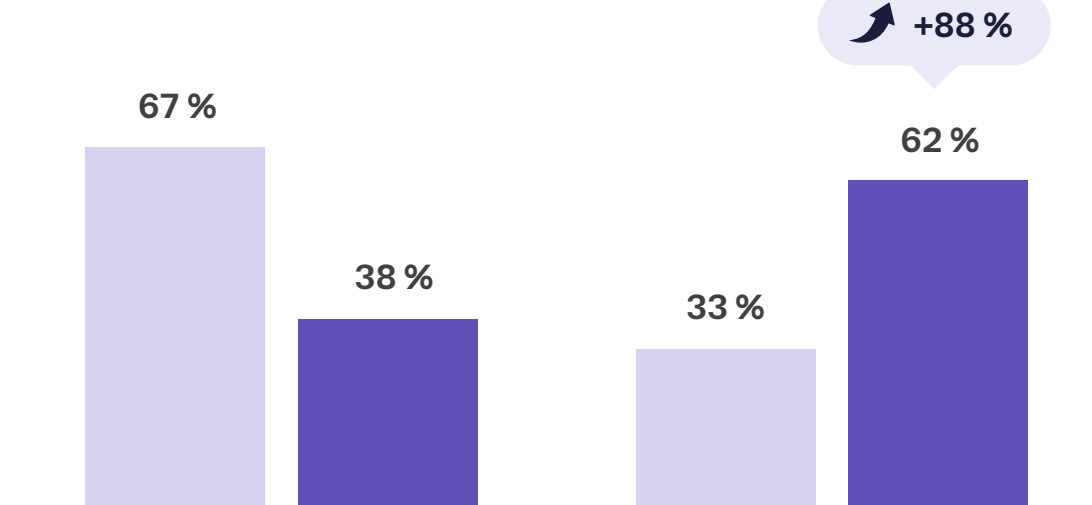


447 672  
impresí

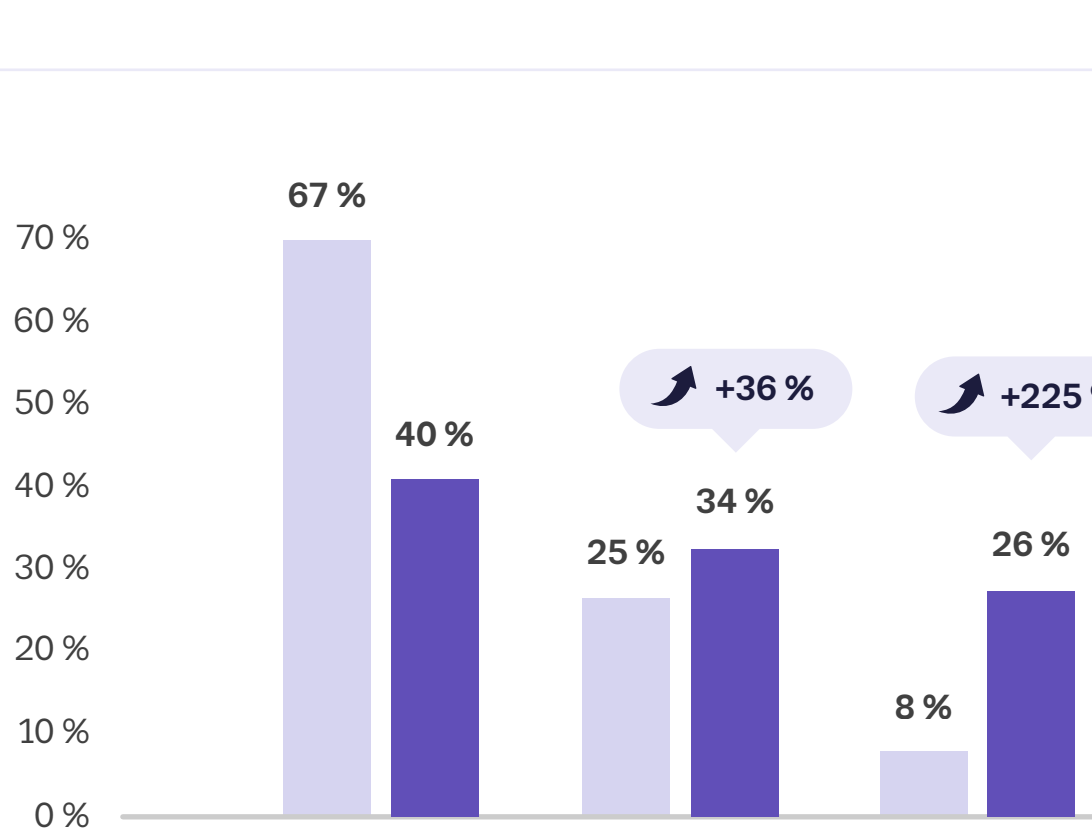
Kampaň probíhala v období od 5. do 14. 8. 2022.

## Vliv kampaně na vnímání brandu

Audiokampaň pomohla zvýšit povědomí o značce Podcasty.cz mezi posluchači. V anketní otázce potvrdilo znalost značky 62 % respondentů, kteří se s kampaní setkali. Což značí nárůst o 88 % (29 procentních bodů).



- Kontrolní skupina, která se nepotkala s kampaní
- Exponovaná skupina, která se potkala s audio kampaní na podcasty.cz



- Kontrolní skupina, která se nepotkala s kampaní
- Exponovaná skupina, která se potkala s audio kampaní na podcasty.cz

Velikost kontrolní skupiny = 1422

Velikost exponované skupiny n = 1280

Zdroj: Seznam Brand Lift, 2022



## Shrnutí kampaně

Podle výsledků audiokampaně zvýšila celkovou úroveň znalosti a vnímání značky. Kromě toho se také ukázalo, že řada posluchačů si platformu Podcasty.cz rovnou vyzkoušela. Počet posluchačů se tak na platformě Podcasty.cz zvýšil o neuvěřitelných 225 %. Cílem komunikace bylo poukázat i to, že posluchače Seznam Audia umíme dále oslovovat v online prostoru ale marketingem.

Výsledky případové studie ukazují, že audio má dopad na vnímání značky a tento formát by rozhodně neměl v komunikačních strategiích chybět.

Chcete se dozvědět více o detailech této kampaně, Seznam Brand Liftu nebo o Seznam Audiu?

Ozvěte se [Miloši Uldrichovi](#) nebo [Tereze Markové](#).

