



# CASE STUDY

**Columbia a pěšky po Česku**



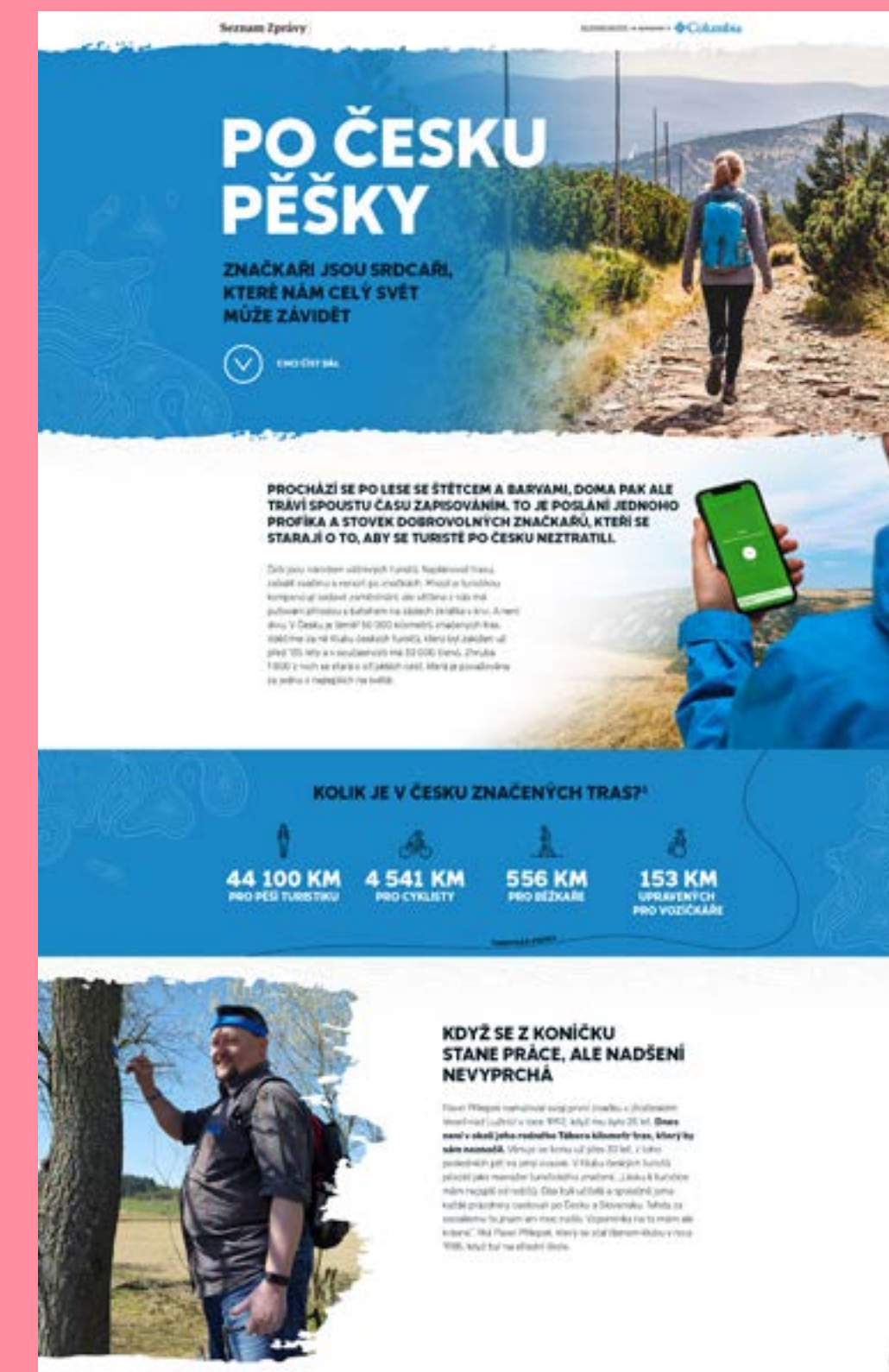
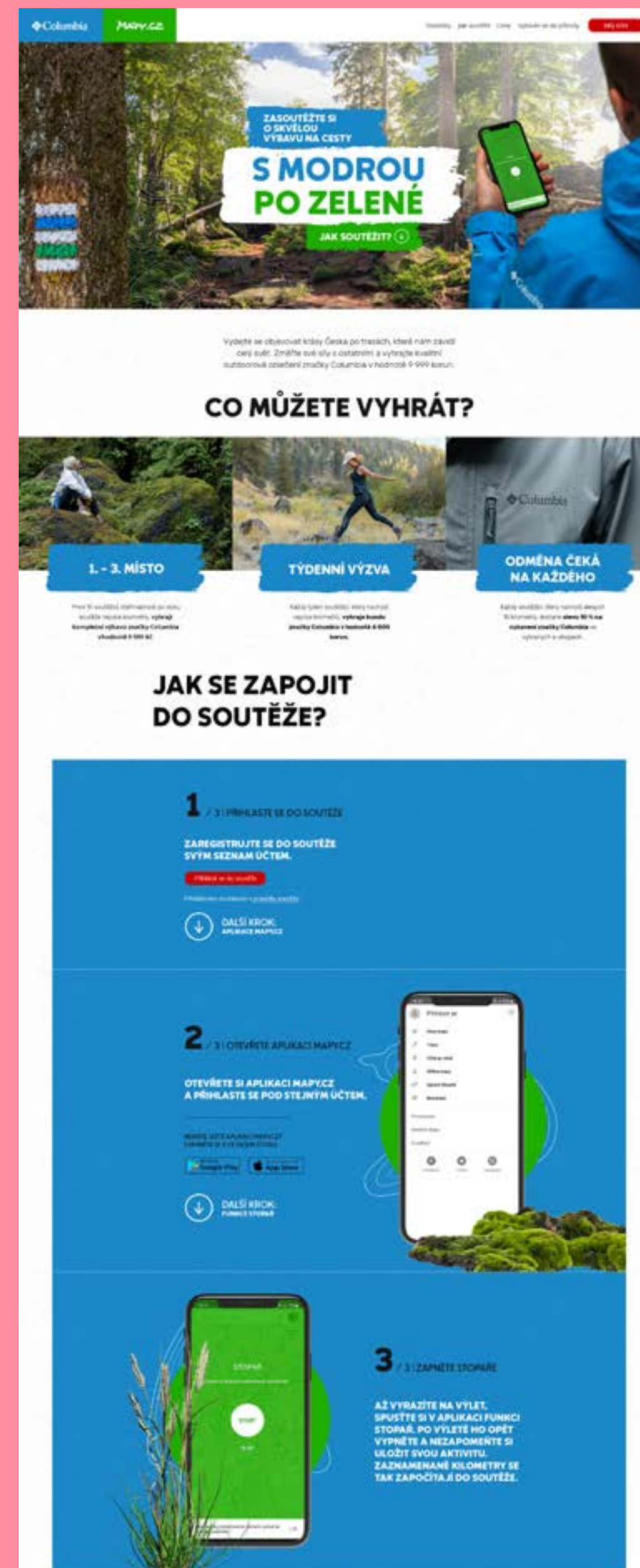


# Jak jsme oslovili české turisty natolik, že s námi čtyřikrát obešli obvod Země

Dostat se do mysli lidí, kteří rádi chodí na výlety do přírody. To byl cíl aktivační kampaně, na které jsme pracovali se značkou Columbia. Chtěli jsme proto s komunikací být tam, kde lidé tráví spoustu času přímo během túr a výprav. Podívejte se, jak jsme pracovali s Mapy.cz v komplexní kampani S modrou po zelené.

Česko je světovým unikátem ve značení turistických tras. Naším systémem značení se inspiřují země po celém světě, od Chorvatska až po Brazílii. O značení se u nás stará 1 800 dobrovolníků a jeden profesionální značkař. A právě s těmito zajímavostmi jsme chtěli v kampani pracovat stejně jako s insighty o cílové skupině. Tou byli lidé milující turistiku, kteří používají Mapy.cz, rádi se hecují, soutěží a porovnávají svoje výkony. A taky jsou to tak trochu hračičkové.

Proto se základem kampaně stala dvouměsíční výzva, ve které účastníci sbírali nachozené kilometry, a ti nejlepší z nich dostali šanci získat outdoorové vybavení značky Columbia. Stačilo se jen skrze Seznam přihlásit zaregistrovat na mikrostránku [smodroupozelene.cz](http://smodroupozelene.cz), kterou jsme pro soutěž vytvořili, a vyrazit se zapnutou funkcí Stopař v aplikaci Mapy.cz na výpravu. Díky Seznam přihlášení se všechny údaje o nachozených kilometrech z aplikace Mapy.cz automaticky propisovaly na mikrostránku, kde uživatelé mohli sledovat průběžné výsledky a žebříčky, informace o odměnách i tipy na zajímavé výlety.



Soutěžní web jsme doplnili nativním formátem [Seznam Native](http://Seznam Native), kde jsme vyprávěli příběh jediného profesionálního značkaře v Česku. Čtenářům jsme přiblížili i málo známé trasy, třeba tu věnovanou památce posledního šumavského medvěda.





# Jak jsme kampaň dostali mezi lidi?

Nešlo nám jen o co nejširší zásah, ale i o to, abychom oslovili ty správné lidi. Proto jsme kromě microsite a Nativu pracovali také s bannery, které jsme umístili napříč seznamáckými weby. Uživatele aplikace Mapy.cz jsme oslovili e-mailingem.

Pracovali jsme i na sociálních sítích. Nadšence do pěší turistiky jsme lákali k soutěžení i skrze různé skupiny na Facebooku a na profilech Mapy.cz. Tam jsme také rozjeli výzvu k malování v krajině pomocí trackování trasy ve Stopaři v aplikaci Mapy.cz. Své výtvary – zvířata, rostliny nebo dinosaury – soutěžící postovali v komentářích pod příspěvkem na facebookovém profilu Mapy.cz. Pracovali jsme také s nadšenými turistickými komunitami, jako jsou Hikemates a Klub českých turistů.

## Jak jsme měřili úspěch?

V kampani jsme se zaměřili především na kvalitní zásah, čas strávený v obsahových formátech (Seznam Native a mikrostránka smodroupozelené.cz) a počet aktivních uživatelů ve výzvě. Dopad kampaně jsme ověřovali skrze měření nástrojem Seznam Brand Lift.



# Jaké výsledky kampaň přinesla?

- Aktivační kampaň přinesla téměř 150 000 nachozených kilometrů a více než 3 500 zaregistrovaných soutěžících. To je 4% konverzní poměr.
- Native díky zajímavému obsahu nasbíral více než 6 minut průměrného času.
- Mikrostránka získala více než 120 000 zobrazení s průměrným časem delším než 2,5 minuty.
- Do kreslení v krajině se zapojilo více než 400 soutěžících. Pod postem s výzvou máme více než 700 komentářů. Zásah na sociálních sítích přesáhl 300 000 uživatelů.
- Bannery na obsahových webech Seznamu, v partnerské síti a na serveru Mapy.cz získaly přes 75 milionu impresí.
- Měření pomocí nástroje Seznam Brand Lift potvrdilo, že si 72 % lidí spolu s výzvou vybavuje značku Columbia.

*„Chceme být celosvětovým hiking leaderem. Jsme rádi, že se nám ve spolupráci s Mapy.cz podařilo oslovit a aktivovat lidi, co mají rádi turistiku. Silná online kampaň zvýšila povědomí o značce a obohatila naši standardní marketingovou komunikaci.“*

*Martin Nývlt, Marketing Manager Columbia*

**At' už chcete promovat službu nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem. Upoutejte zákaznickovu pozornost a naservírujte mu kvalitní obsah. Nevíte, jak na to? V Brand Studiu se nebojíme velkých výzev. Obrat' se na nás a my vám rádi pomůžeme:**

[brandstudio@firma.seznam.cz](mailto:brandstudio@firma.seznam.cz).

## Kdo se na kampani podílel?

**Strategist:** Honza Čapek

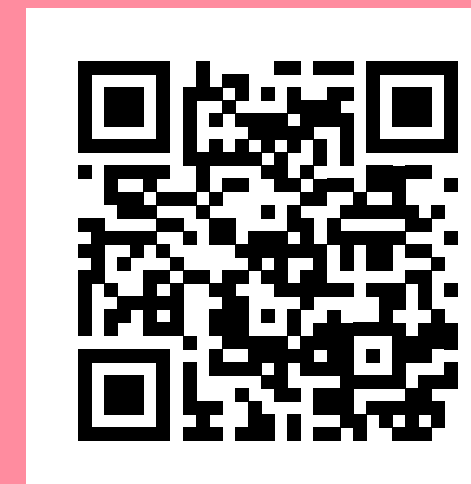
**Brand Manager:** Pavla Bartošíková

**Art Director:** Pavel Hluchý

**Text:** Ivana Eder

**Design:** Lukáš Modrý

**Kód:** Jaroslav Petroušek, Jana Koudelková



Mikrostránku S modrou po zelené najdete tady.



Seznam Native Po Česku pěšky najdete tady.

