



CASE STUDY

Jezírka Banat



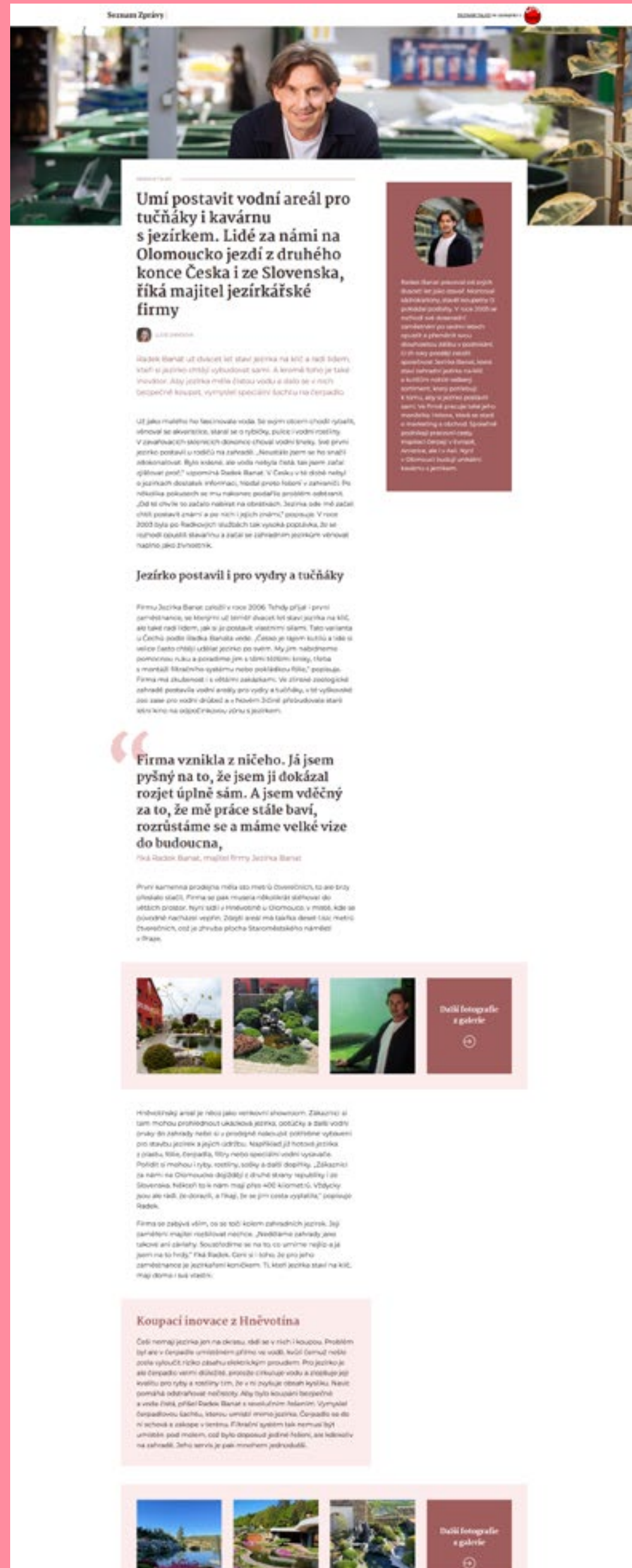
Jak jsme podpořili značku Jezírka Banat? Formát Seznam Talks byl nejúspěšnější

Pro největší jezírkovou prodejnu v České republice jsme v roce 2024 vytvořili kampaň na Seznamu, která byla zaměřená na podporu e-shopu a posílení povědomí o značce jako odborníkovi na danou oblast.

Kampaň zahrnovala například nejmodernější grafiku od Seznamu, tedy interaktivní branding s relaxační simulací vody, která spojovala značku s příjemnými emocemi. Součástí kampaně byla také online hra „Nakrm rybku 2“, která uživatele bavila a zvyšovala interakci. Do kampaně jsme zahrnuli i Seznam audio a rozhovor Seznam Talks, který měl za cíl představit široké portfolio služeb a odborné poradenství. Tato strategie aktivovala zájem zákazníků o jezírka a posilovala motivaci k nákupu.

Miloš Uldrich

Pokud se někdo rozhodne přečíst si Seznam Talks o vaší firmě, jde o velmi autentickou interakci. Dochází zde k přirozenému spojení s firmou a jejími hodnotami. Výsledky Brand liftu jsou zde proto dlouhodobě nejsilnější ze všech nativních formátů. Překvapením kampaně pro nás ale bylo Seznam audio – audiospot přehrávaný v našem digitálním audio prostoru (podcasty napříč redakcemi Seznamu, čtené zprávy a radio player na HP). Tento formát dosáhl z pohledu vybavení si značky, srovnatelných výsledků s moderní visibilní online grafikou v kampani. Audio tedy obstálo i v porovnání s formáty jako byla hra a výrazný bannerový branding, což nás velmi těší.



Seznam Talks, který čtenářům přiblížil příběh značky, její hodnoty a odborné znalosti, celkově přinesl nadprůměrné výsledky.

Jak se článku Seznam Talks dařilo?

Článek dosáhl nadprůměrného času zobrazení **5 minut a 24 sekund**, což výrazně převyšuje standard tohoto formátu.

Povědomí o značce vzrostlo o 49 procentních bodů. V předchozím období značku znalo 15 % respondentů, nyní 64 %. Tento nárůst odpovídá relativnímu **zvýšení o 327 %**, což je v rámci nativní reklamy nadprůměrný výsledek.

Důležité asociace spojené se značkou, jako „největší jezírková prodejna“ nebo „odborné poradenství“, se **posílily v rozmezí od 210 do 475 %**. Před kampaní si značku spojovalo s odborným poradenstvím 8 % respondentů a po kampani to bylo 46 %.

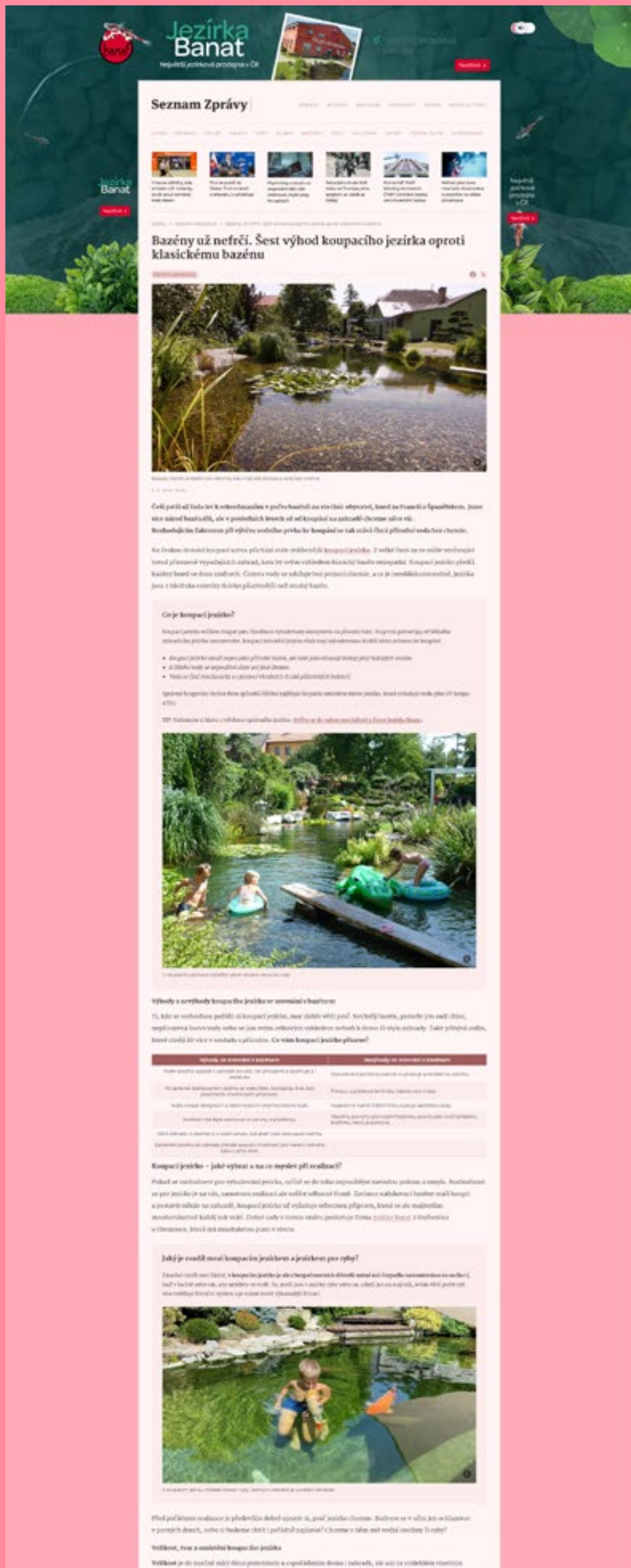
Kromě toho kampaň zvýšila meziroční vyhledávání spojené se značkou o **3 769 dotazů** a 25 % čtenářů vyjádřilo sympatie ke značce, což naznačuje její potenciál k budoucímu růstu. „*Růst jsme poté zaznamenali v obratu, a to o 21,55 %. V návštěvnosti pak o 12,8 %. Proto chceme jít tímto směrem i dále,*“ říká provozní manažerka firmy Helena Banatová.

Kampaň potvrdila, že moderní interaktivní formáty a obsahová komunikace dokážou nejen efektivně budovat povědomí o značce, ale také ji propojit s klíčovými hodnotami. Seznam Talks se ukázal jako ideální formát pro předání komplexních informací a podporu důvěry zákazníků.

„Seznam Talks je pro nás dobrý způsob, jak prezentovat příběh naší firmy široké veřejnosti,“ říká Helena Banatová, provozní manažerka.

Helena Banatová

Naším cílem bylo přiblížit čtenářům téma zahradního jezírka i jinak než jen pomocí výkonnostních kampaní. Chtěli jsme říci široké veřejnosti, jak naše firma vznikla, čím se zabývá a proč děláme to, co děláme. Seznam Talks se nám jevil jako nejlepší varianta představení firmy. Kampaň měla ohlas – mnoho zákazníků se nám zmínilo, že článek četli. To považuji za skvělou zpětnou vazbu. Jako značka se snažíme budovat ji tak, abychom se lidem dostali co nejvíce do povědomí. Byli bychom rádi, kdyby bylo lidem ihned jasné, čím se zabýváme, pokud někde uslyší výraz Banat.



Kdo se na kampani podílel?

Text: Lucie Dandová
Kód: Jana Koudelková
Projektový manažer: Jana Šišková
Manažer dat a výzkumu: Miloš Uldrich

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. Obratě se na nás a my vám rádi pomůžeme: brandstudio@firma.seznam.cz.



Seznam Talks najdete tady.



Advertoriál najdete tady.



Hru Nakrm rybku 2 najdete tady.