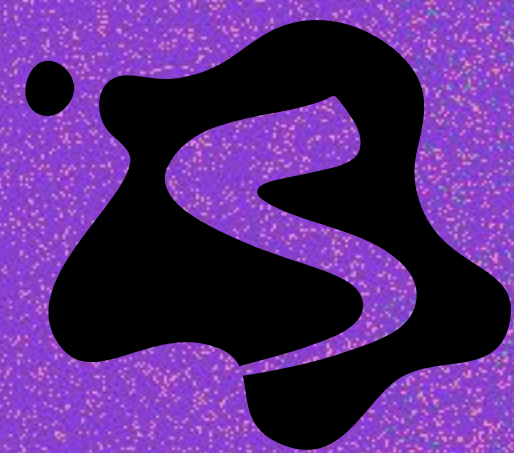




CASE STUDY

Barumky obouvají svět



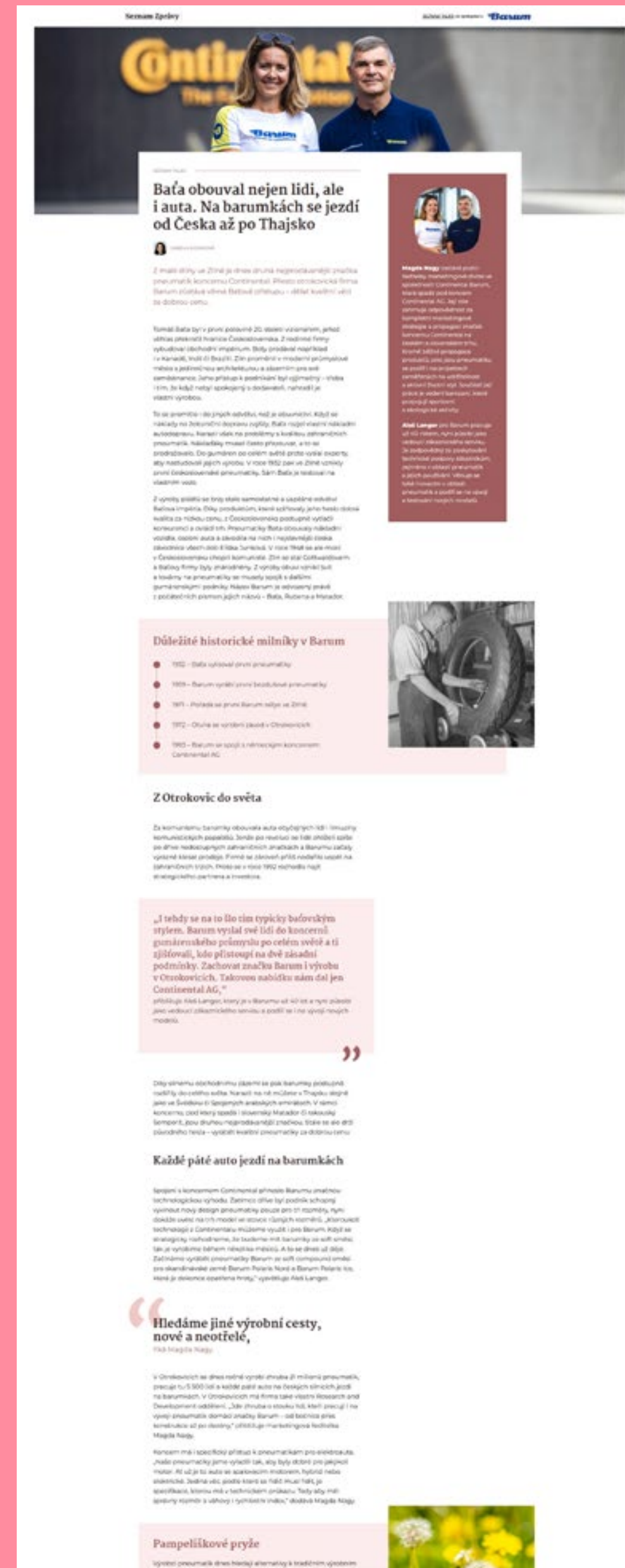
Barumky obouvají svět – jezdí na nich auta od Česka až po Thajsko. Jak jsme čtenářům Seznam Zpráv připomněli silný příběh značky?

Značka Barum, tradiční český výrobce pneumatik, využila formát Seznam Talks k posílení svého vnímání jako symbolu kvality za dobrou cenu. Čtenářům jsme odvyprávěli příběh, ve kterém se propojila dlouhá historie s inovacemi a současnými hodnotami. Cílem kampaně bylo nejen upevnit spojení Barum s kvalitou, ale zároveň oslovit mladší generace řidičů.

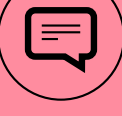
Seznam Talks se hodí pro značky, které chtějí být vidět. V nativním článku na byznysové téma mohou komunikovat svoje úspěchy, vyprávět svůj příběh nebo komentovat trendy ve svém oboru.

Společně se značkou Barum jsme chtěli ukázat, jak jdou tradice a dlouholetá kvalita ruku v ruce se současnými požadavky na bezpečnost a spolehlivost. Naším cílem bylo, aby čtenáři vnímali Barum jako značku s bohatou historií, která už desítky let vyrábí pneumatiky, na které se řidiči mohou spolehnout. Pozornost čtenářů jsme na začátku upoutali zajímavými historickými fakty o vzniku značky, propojení s Tomášem Baťou a její cestě na špičku výrobců pneumatik. Přesně takové příběhy totiž čtenáře zaujmou.

Přes poutavý úvod jsme plynule navázali tím, jak Barum kombinuje dlouholetou zkušenost, moderní technologie a inovace. Formát Seznam Talks jsme využili v maximálním rozsahu, protože jsme vyzpovídali hned dva zaměstnance firmy Barum. Vedoucí zákaznického servisu Aleš Langer nám přiblížil technickou stránku procesu výroby pneumatik. Marketingová ředitelka Magda Nagy nám zase dala pohled na inovace a vizi značky Barum.



Výsledky kampaně

-  **Asociace značky s kvalitou a dobrou cenou se zvýšila o 61 procent.**
-  **Zatímco muži kladli důraz především na praktickou stránku pneumatik, ženy oceňují i historii a zkušenost značky. V čistě ženské skupině bylo vnímání Barum jako kvalitní za dobrou cenu o 10 procentních bodů vyšší než u mužů.**
-  **Zájem o téma potvrdilo i 95 komentářů od našich čtenářů v diskuzi.**
-  **Průměrný čas strávený na stránce dosáhl 6 minut a 7 sekund, což je o 48 procent více než běžný benchmark.**

Kdo se na kampani podílel?

Text: Izabela Nováková
Kód: Daniel Bouček
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. Obraťte se na nás a my vám rádi pomůžeme:
brandstudio@firma.seznam.cz.



Seznam native z kampaně v mysli vraha najdete tady.