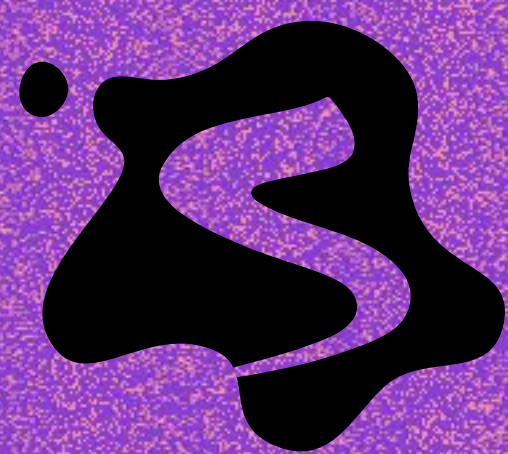




SEZNAM BRAND GALLERY:

Vizuální storytelling s prokazatelnými výsledky

Naši produktovou nabídku jsme rozšířili o nový nativní formát Seznam Brand Gallery.

Jedná se o formu nativní reklamy určenou pro mobilní zařízení, která svůj obsah komunikuje hlavně obrazem. Proto je u ní kladen důraz na poutavý vizuál.

Na místě vzniká malý fotoateliér

Důležitou součástí přípravy formátu je pečlivá dramaturgie a scénář. Ty dávají obsahu jasnou strukturu a jednotlivé záběry proměňují v poutavý příběh. Vše vzniká v srdci výroby, kam přijede video maker, art director a storyteller. Společně projdou celý výrobní proces a sledují cestu, kterou musí výrobek projít, než se z něj stane finální produkt. Na základě toho s klientem vytipují vizuálně poutavé momenty a detaily, které dokážou přirozeně vyprávět příběh značky obrazem.

Proč je obsah, který jsme vytvořili, zajímavější než běžná reklama?

Lidé si finální produkt spojují se značkou, ale jen málokdo ví, co stojí za jeho vznikem. Náš nativní formát nabízí autentický pohled do výroby – nechá tak vyniknout poctivému řemeslu a zručnosti zaměstnanců.



Nahlédli jsme do výroby těchto českých značek:

- ✦ Ve firmě Navlasil jsme poznali alchymii a funkční složky přírodní vlasové kosmetiky.
- ✦ Ve společnosti Bushman jsme zachytili cestu outdoorového oblečení od návrhu na papíře až po finální produkt připravený k nošení.
- ✦ V pražírně Coffeespot nás doprovázela vůně čerstvě pražené kávy, zatímco jsme natáčeli a fotili celý pražící proces.

„Je dobře známé, že obraz v pohybu mozek zpracovává rychleji, s menším úsilím a s výraznější emocionální stopou. Potvrzují to i výsledky našich pilotních kampaní, u nichž jsme zaznamenali průměrný nárůst podpořené znalosti značky o 21 procentních bodů. Nový produkt se tak společně se Seznam Talks řadí mezi nejsilnější formáty pro budování znalosti značky.“

Miloš Uldrich,
Manažer dat a výzkumu

Jak si kampaně vedly v číslech?

Uživatelé s obsahem Seznam Brand Gallery strávili v průměru **1 minutu a 9 vteřin a průměrné CTR** na klienta se vyšplhalo na **11,37 %**. To potvrzuje, že obsah dokázal čtenáře nejen zaujmout, ale také motivovat k dalšímu zájmu o značku.

Více než **50 % uživatelů** zaujal text umístěný v jednotlivých sekcích a na každé z nich strávili v průměru necelých **10 sekund**.

Brand Lift

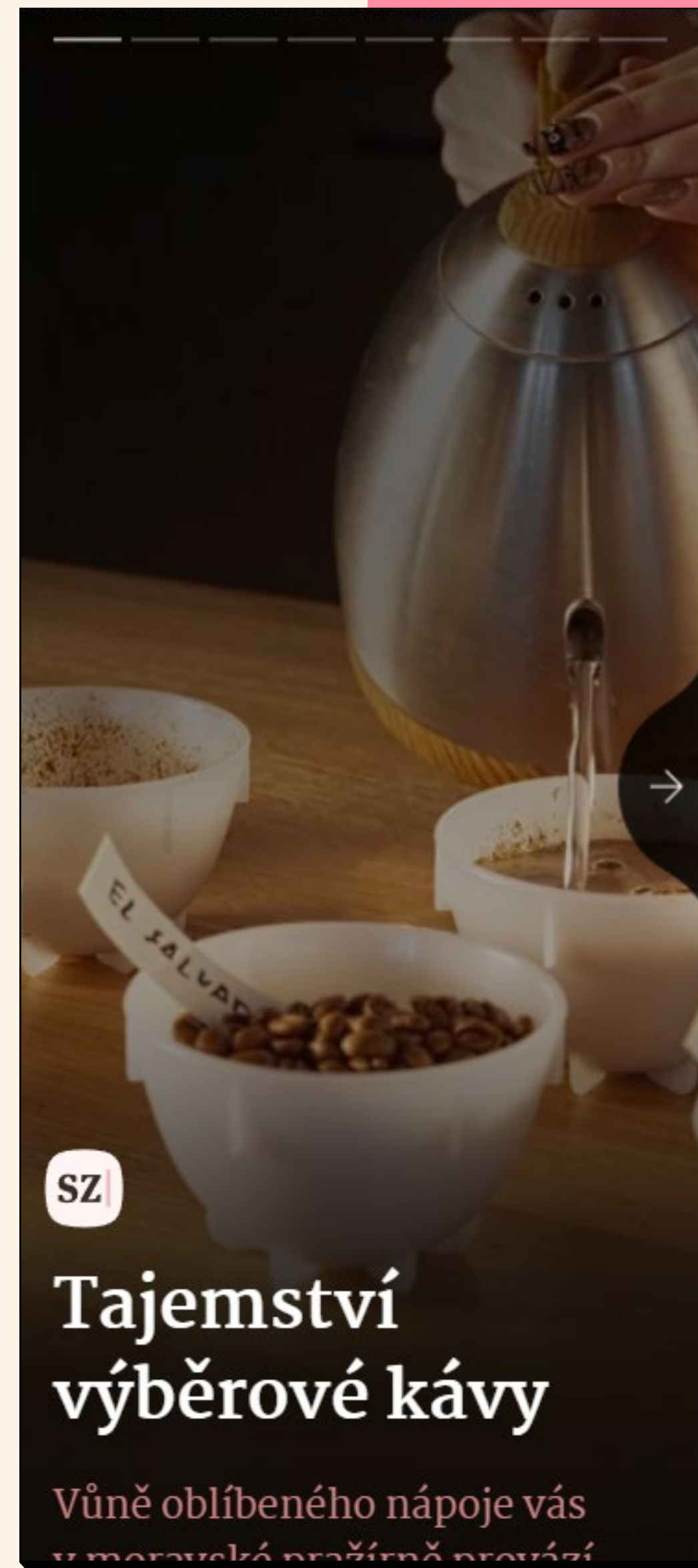
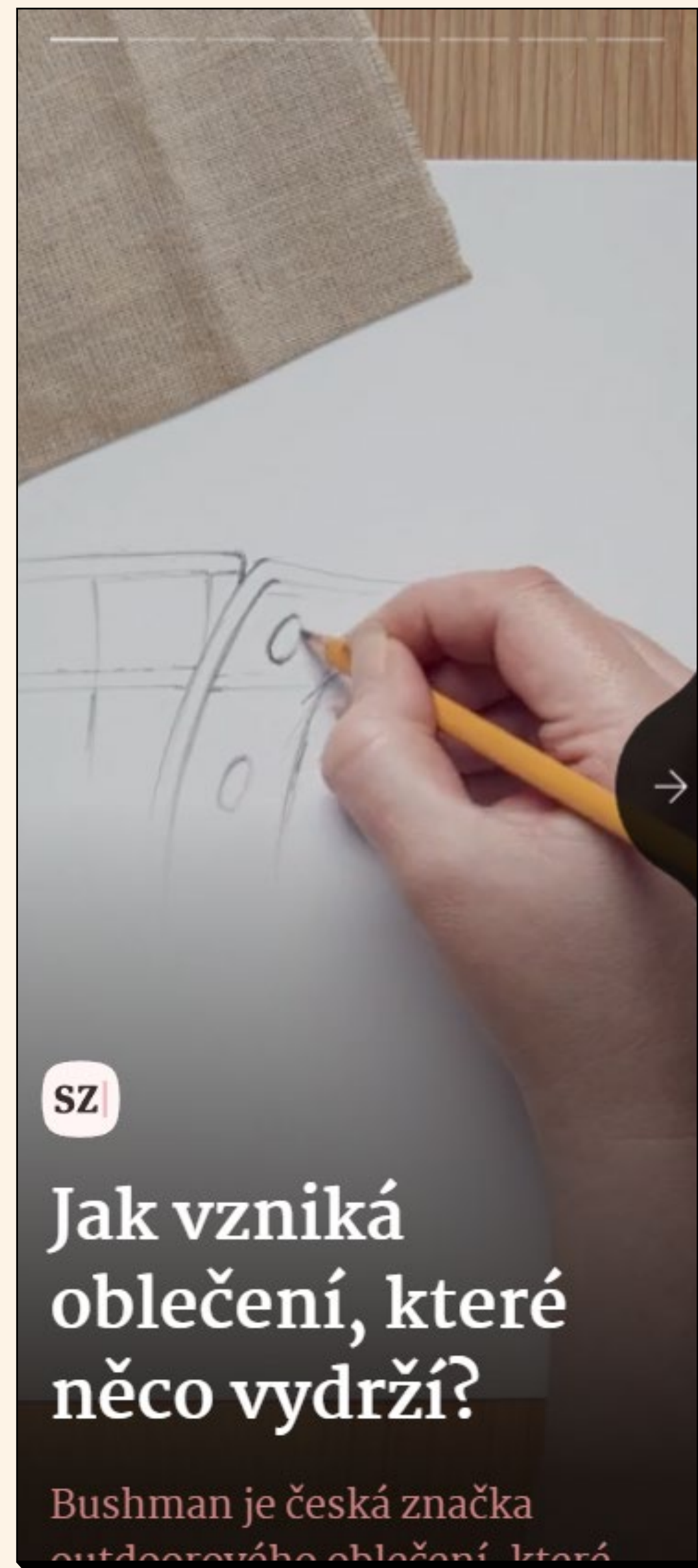
Brand Lift měřený souhrnně za všechny tři kampaně potvrdil výrazný dopad článků na znalost značky.

Podpořená brand awareness vzrostla v průměru o 21 procentních bodů.

Které téma rezonovalo u čtenářů nejsilněji?

Jednotlivé kampaně se lišily nejen průměrným časem stráveným u obsahu, ale také mírou prokliku. Proto je v přehledu řadíme vzestupně od nižších hodnot po nejvyšší výkon.

- 🌸 **Navlasil:** 1:00 (čas) 9,70 % (CTR)
- 🌸 **Bushman:** 1:09 (čas) 11,04 % (CTR)
- 🌸 **Coffeespot:** 1:17 (čas) 13,38 % (CTR)

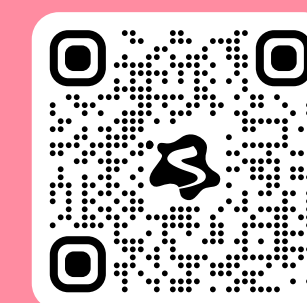


Těšíme se na spolupráci

At' už chcete promovat službu, nebo produkt, dělejte to zajímavým způsobem.

V Brand Studiu vám s tím rádi pomůžeme.

Neváhejte se na nás obrátit:
brandstudio@firma.seznam.cz



Krásné vlasy
jsou věda



Jak vzniká oblečení,
které něco vydrží?



Tajemství
výběrové kávy