



mimibazar + Kosik.cz

Nativní kampaň - Soutěž



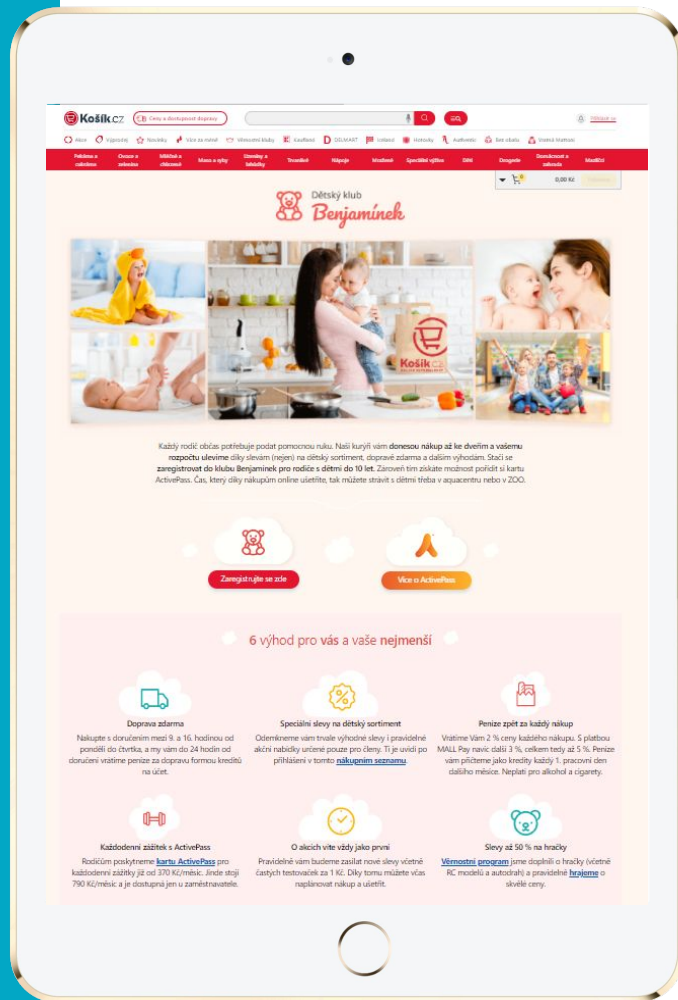
KLIENT

Online supermarket Kosik.cz nabízí od roku 2018 **věrnostní program Benjamínek**, díky kterému získají rodiče malých dětí spoustu výhod i možností, jak ušetřit při pravidelných nákupech rychloobrátkového zboží.



HLAVNÍ CÍL

Klient chtěl ve své kampani efektivně oslovit nové, potencionální členy programu.





VÝZVY

Největší úskalí komunikace skrze standardní reklamní formáty pro klienta bylo:

1 Náročnější sdělení

Věrnostní klub nabízí řadu výhod, které není možné vysvětlit jednou větou nebo krátkým claimem.

2 Tonalita komunikace

Klient potřeboval oslovit cílovou skupinu jemnější tonalitou, která vyjadřuje péči a starostlivost o rodiny.

3 Targetování cílové skupiny

Jelikož produkt mohou využít pouze rodiče dětí do 10 let, cílová skupina je velmi úzce definovaná.



SOUTĚŽ O VOUCHERY

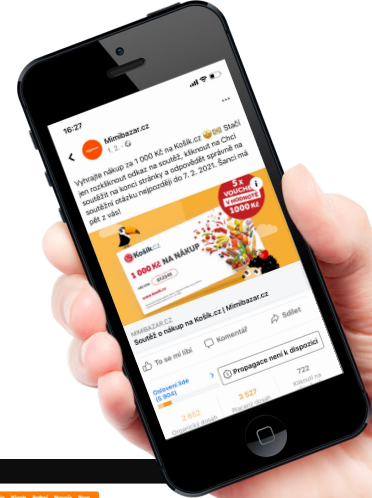
Na Mimibazar.cz byla umístěna soutěžní stránka dle klientova zadání s **prezentací značky**, **podrobné vysvětlení věrnostního programu**, vlastní copywriting a **odkazy na web klienta**. Na stránku se uživatelé mohli dostat skrze sekci “Soutěže” a ze článku umístěném na homepage.

Soutěž byla zároveň **podpořená na facebookové stránce Mimibazar.cz** a v **pravidelném newsletteru** pro registrované uživateleky.

Soutěžní **otázka byla relevantní k promované službě**:

“Kolik až % můžete získat nazpět za své nákupy na Košík.cz, jste -li členem klubu Benjáminek?”

Soutěž byla aktivní po dobu jednoho týdne a **po ukončení zůstává uživatelům přístupná**.





126 525 Impresí

poutací pozice nativních kampaní na homepage Mimibazar.cz

5 920 Oslovených

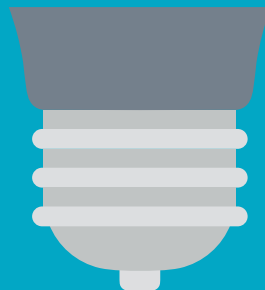
lidí skrze facebookový post, který zároveň získal 777 zájmu o příspěvek

4 440 Uživatelů

navštívilo stránku soutěže s klíčovými informacemi o věrnostním programu

351 Soutěžících

odpovědělo na soutěžní otázku a zapojilo se tak do slosování o výhru





ZÁVĚR

Pro klienta byla v kampani důležitá **kvalita imprese**. Díky soutěži se 4 440 lidí z úzké cílové skupiny podrobně seznámilo s věrnostním programem Benjamínek, což je ovlivní dále v rozhodovacím procesu zákazníka.

Další možnosti

Klient může retargetovat lidi, kteří se zúčastnili soutěže, nebo se proklikli na jeho web konkrétním call to action sdělením.