

PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Orbit spolujezdec

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

Mars Czech s.r.o. - Orbit brand

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Digital s. r. o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Jakub Lorenc

Funkce: Account Executive

Firma/organizace: AMI Digital s. r. o.

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 234 124 112

Fax:

E-mail: pavel.novak@amic.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: AMI Communications

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

IČ: 63077370

DIČ: CZ63077370

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Integrovaná komunikační kampaň šířící celkové povědomí o plastových dózách žvýkaček Orbit. Kampaň propojovala několik platform pro online komunikaci a jejím cílem bylo přimět aktivní řidiče k jejich koupi a informovat je o benefitech žvýkání během jízdy.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním kampaně bylo šířit celkové povědomí v online prostředí o plastových dózách žvýkaček Orbit, přimět aktivní řidiče k jejich koupi a informovat o benefitech žvýkání během jízdy.

Cílová skupina byla 18+.

Strategie:

Bylo zvoleno celkem 6 hlavních komunikačních kanálů. 4 z toho jsou čistě brandové, 2 kanály patřily influencerovi, kterého jsme využili pro tuto kampaň.

Velký důraz byl kladen na dosah a především kreativní provedení jednotlivých příspěvků.

Nástroje a aktivity

Facebook Orbit Klub

Instagram Orbit Klub

Interaktivní microsite www.orbitpolujezdec.cz a www.orbitpolujazdec.sk

YouTube kanál Orbit Klub

VIP influencer - Leoš Mareš, který příspěvky komunikoval na svém Instagramu a Snapchatu

Ke komunikaci konkrétních příspěvků byly zvoleny různé formáty, jako např. v té době zcela revoluční 360° fotografie, stop-motion videa, GIFy, ale i klasické fotografie a videa.

Výsledky:

Na YouTube vidělo reklamní spot ke kampani více než 835 tisíc lidí.

Celkový dosah PPC kampaně odkazující na microsites v Česku byl 341 311 unikátních uživatelů, na Slovensku jich pak bylo zasaženo 221 120.

Díky placené propagaci na odkazované weby přišlo 24 268 Čechů a 11 230 Slováků. Průměrná cena za proklik v Čechách byla 0,84 Kč a na Slovensku 1,29 Kč.

V porovnání s ostatními kampaněmi je tato cena méně než šestinová, což se promítlo na opravdu velké návštěvnosti webů www.orbitpolujezdec.cz a www.orbitpolujazdec.sk!

I další příspěvky se setkaly s obrovským úspěchem. Reklamní videospot na Instagramu získal více než 25 000 zhlédnutí.

Na Facebooku byl výsledkem kampaně celkový dosah 1 352 490 unikátních uživatelů, z toho 980 tisíc uživatelů hned první týden, druhý týden byl překročen 1 milion uživatelů sociální sítě FB!

Celkový počet zaujetí byl 26 187, z čehož bylo 14 594 lajků, 10 935 komentářů a 211 sdílení.

Reklamní spoty ke kampani na Facebooku získaly více než 72 tisíc zhlédnutí s celkovým dosahem více než 1/4 milionů lidí.

Na online kanálech Leoše Mareše získaly příspěvky s tematikou Orbit více než 68 tisíc lajků. Odhadovaný počet zobrazení všech jeho Orbit příspěvků je 1,2 milionu.

Weblinky:

www.orbitpolujezdec.cz, www.orbitpolujazdec.sk, <https://www.youtube.com/watch?v=9rMEbVFGYD0>,

<https://www.youtube.com/watch?v=wnD4R7d5yIg>, <https://www.instagram.com/p/BGgx8A2BGU3/>, <https://www.instagram.com/p/BGwVmLihGW8/>,

<https://www.instagram.com/p/BGxMkBeBGat/>, <https://www.instagram.com/p/BHZd4ucjJrT/>,

<https://www.facebook.com/orbitklub/photos/a.10150686224483437.394901.272784413436/10153794302763437/?type=3&theater>