
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Influenceri vyzvali tablet Lenovo na souboj

Projekt byl navržen a proveden pro:

Lenovo

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

FleishmanHillard

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

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: Marcel Bodnár

Firma/organizace: FleishmanHillard

Stručné shrnutí projektu:

Tablet je mnohými považován za zbytečné zařízení. Díky pandemii ale získal novou roli neocenitelného pomocníka. Lenovo Yoga Tab 13 už není hračka pro děti do auta, ale prémiový produkt na každodenní použití. To v týdenní instagramové výzvě ukázali herec Radim Fiala a hlasatelka Evropy 2 Lucie Bechyňková. Zapojením svých fanoušku tablet řádně prověřili a ukázali jeho skvělé funkce – vaření s Google asistentem, streamování her či jako pomocníka k práci. A prodeje tabletu rychle rostly.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo dostat do povědomí českého zákazníka nový, prémiový přístup Lenova k tabletům a ukázat jeho užitečné funkce. Pionýrem byl Yoga Tab 13, následovaly ale další produkty z portfolia. Vzhledem k ceně přes 20 000 Kč jsme se zaměřili na aktivní produktivní Čechy (30-55 let).

Strategie:

Jak změnit povědomí o tabletech Lenovo z levných hraček na prémiové produkty? Ukázali jsme jejich denní použití v rukách dvou pečlivě zvolených influencerů – rozdílná generace, zázemí, životní styl a tím pádem i potřeby od technologického pomocníka. A řádně jsme je zapřáhli v týdenní instagramové výzvě. Fanoušci hlasovali, jak tablet použít, Radim a Lucie ve vzájemném střetu ukázali, že Yoga Tab 13 dokáže pomoci s jakýmkoliv úkolem. Nezapomněli jsme ale i na další kanály – v mediálním průzkumu jsme ukázali, jak Češi své tablety využívají, v recenzích zase, že jde o produkt, který těmto potřebám plně dostojí.

Nástroje a aktivity

- Spolupráce s influencerem v týdenní IG výzvě – ukázat reálné každodenní aktivity s tabletem a dostat jej do povědomí fanoušků.
- Průzkum „Jak Češi využívají tablety“ vedl k sérii článků (více jak 20 výstupů) o tabletech i o naší výzvě na webech jako je Reflex.cz, E15.cz, Muži v Česku, Extra.cz.
- Kampaň jsme podpořili soutěží o na Refresher.cz a jejich instagramu.
- Recenze tabletu pro technologická i lifestyle média
- Pro další zvýšení povědomí o produktu jsme zvolili placené výstupy napříč médii, především lifestyle – Marianne, Svět ženy, Blesk.cz, Playboy, mobilní a tech weby.

Výsledky:

Zaujali jsme širokou cílovou skupinu, dosáhli tisíců zhlédnutí stories našich influencerů a během jednoho týdne měli na IG 78 výstupů s označením profilu Lenovo. Nicméně tou největší odměnou je reálné zvýšení prodeje prémiových tabletů Lenovo na českém trhu, kdy v se týdně instagramové výzvy zvedl prodej tabletů o 42 % oproti minulému roku v ten samý týden. Celkově se zvedl prodej na následujících 5 týdnů po kampani o 20 %. Tato skutečnost navíc vedla k lepšímu postavení ČR v rámci Lenovo regionu CSEE a tím pádem i větší pozornosti zahraničního vedení společnosti na český trh.

Weblinky:

www.lenovo.cz/yogatab13