
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Instagram dm drogerie

Klient:

dm drogerie

Agentura / Přihlašovatel:

Chilli Production

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

Komunikační nástroje:

III.4 Sociální sítě

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Otta Kovařík

Firma/organizace: Chilli Production s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Profil @dm_cesko přináší českému publiku novinky, trendy a kvalitní nabídku, zdůrazňující zdravý životní styl a péči o sebe.

Kampaň se vyznačuje unikátním vizuálem vytvořeným na míru a zaměřuje se na zapamatovatelnost a inspiraci.

K profilu na Instagramu nepřistupujeme jako k běžnému katalogu produktů, ale spíše se zaměřujeme na tvorbu produktových videí v autentických prostředích. Jsme si vědomi síly influencer marketingu, který se pro nás stal jedním z klíčových nástrojů.

Zároveň klademe velký důraz na budování a udržování aktivního community managementu. S našimi sledujícími komunikujeme pravidelně a odpovídáme na jejich dotazy, což nám pomáhá udržovat silný vztah s naší komunitou.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Ve spolupráci s našimi zákazníky jsme vytvořili platformu, která umožňuje snadno přinášet inspiraci, novinky a trendy, které jsou přímo na míru českému publiku. Široká nabídka produktů zahrnuje nejen péči o pleť a tělo, ale i kvalitní potraviny a rady pro každodenní zlepšení života našich zákazníků.

Kampaň Ženské zdraví byla jednou z nejsilnějších, jak emočně, tak i úspěchem a zpětnou vazbou. Oslovili jsme ženy z různých koutů České republiky, aby se před kamerou podělily o své životní příběhy. Tímto způsobem jsme vytvořili prostředí, ve kterém se ženy nebály mluvit o nesnadných tématech a zároveň se cítily podporovány a motivovány.

Pro kampaň Vánoce jsme nechali vyrobit kulisy na míru, ve kterých jsme natáčeli a připravili si pro diváky kvalitní obsah na různá vánoční témata. Vše jsme osvětlili moodovými videi s influencersy a collab posty, což nám umožnilo využít jejich organický dosah během nejvytíženějšího reklamního období roku.

Díky kampaním jsme oslovili více než 20 milionů uživatelů, což svědčí o síle našeho poselství a přístupu.

Neustále inovujeme způsoby, jak efektivně oslovovat naše stávající i nové sledující. Většinu naší komunity tvoří ženy, zejména maminky ve věku 18 až 44 let, nicméně naše produkty a obsah rezonují s širokým spektrem zákazníků – od kosmetických nadšenců, přes příznivce bio a veganských produktů, až po cestovatele a sportovce. Díky tomu klíčovým prvkem naší strategie zůstává tvorba rozmanitého obsahu.

Strategie:

Naše strategie na sociálních sítích přesahuje běžný produktový katalog. Místo toho se zaměřujeme na tvorbu produktových videí v autentickém prostředí, využíváme sílu influencer marketingu jako jednoho z našich klíčových nástrojů a intenzivně budujeme náš community management. Nejenže odpovídáme na dotazy sledujících, ale snažíme se je také inspirovat, motivovat a dodávat jim odvahu prostřednictvím obsahu, který zrcadlí skutečný život, ať už je to ve světě make-upu nebo běžné domácí rutiny.

Nástroje a aktivity:

Instagram, video studio

Výsledky:

Zobrazení videí za rok 2023 na Instagramu:

110 716 995

Dosah videí za rok 2023 na Instagramu:

89 890 296

Počet sledujících na Instagramu:

158 000+

Weblinky:

https://www.instagram.com/dm_cesko/?hl=cs