



Overview kampane

S klientom Zentiva sme našli zaujímavý prienik pre komunikáciu ich produktu SiderAL® - výživový doplnok - sukrozomiálne železo. Keďže práve ženy sú zvyčajne tie, ktoré v niektorých prípadoch potrebujú doplniť železo, pre farmaceutickú spoločnosť je komunikácia na Modrom koníku ako stvorená.

Ciele kampane

SiderAL® je výživový doplnok, ktorý ponúka účinné riešenie pre ľudí, ktorí potrebujú príjem železa zvýšiť. V našej kampani sme sa zamerali na zvýšenie povedomia o produkte prostredníctvom obsahu s reálnou používateľskou skúsenosťou, doplnenou aj o videorozhovory s odborníkmi. Dôležité bolo splniť očakávania ako:

- zvýšiť povedomie o produkte SiderAL®,
- vybudovať dôveryhodnosť produktu prostredníctvom odborných názorov,
- získať spätnú väzbu od reálnych používateľov,
- zvýšiť predaj a lojalitu zákazníkov.

Stratégia a prístup

Kampaň bola rozdelená do troch hlavných častí: testovanie produktov, video rozhovory s odborníkmi a propagácia na sociálnych sieťach.

1. Testovanie produktov

Výber testerov: Vybrali sme 20 žien na základe kritérií, aby vyskúšali SiderAL®.

Distribúcia: Každéj testerke bol zaslaný balíček s produktom.

Spätná väzba: Po 14 dňoch testovania užívateľky vložili svoje recenzie pod Produktovú stránku, ktorú sme vytvorili v Centre recenzií na Modrom koníku.

Výsledky:

Počet recenzií	Zásah na koníku	Zásah na soc.siete	Počet zobrazení
27	260 919	123 542	567 479



2. Video rozhovory s odborníkmi

Výber odborníkov: Na rozhovory sme pozvali všeobecného lekára a farmaceutickú laborantku.

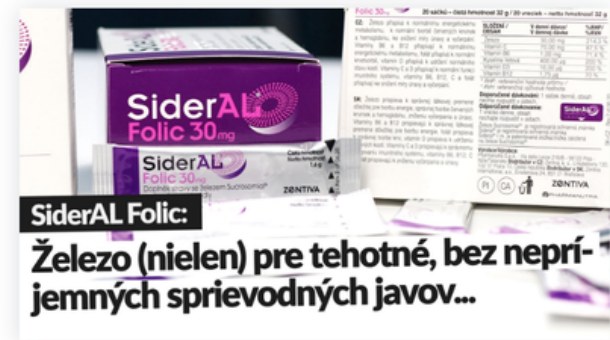
Obsah: Dve videá, kde odborníci diskutovali o príznakoch nedostatku železa a výhodách SiderAL®.

Distribúcia: Videá boli zverejnené na YouTube a Produktovej stránke na Modrom koníku.

Výsledky:

Zásah	Dopozieranosť
26 005	51,3%

Zásah	Dopozieranosť
124 742	72,8%



3. Promo na sociálnych sieťach a v správach

Platformy: Facebook, Instagram, Modrý koník - správa do internej pošty

Obsah: Využili sme vzniknutý obsah z recenzií a videí, z ktorého sme vytvorili reels a posty.

Výsledky:

Zásah na IG, FB	Počet odoslaných správ	Open rate správ	CTR správ
2x cca 90 000	19 000	48%	1,30%



Zhodnotenie kampane klientom

“Spolupráca s Modrým Koníkom nám priniesla kvalitné obsahové (i vizuálne) spracovanie popisu produktu a jeho benefitov, a to pútavou a nenásilnou formou, ktorá je pre členov i čitateľov prínosná. Súčasťou spolupráce bolo i testovanie a hodnotenie nášho produktu, ktorý sme touto formou mali možnosť dostať bližšie užívateľkám. Testovanie cez Modrého Koníka je cielené a produkt sa dostane k spotrebiteľkám, ktoré ho potrebujú alebo majú oň záujem. Taký je i náš produkt, kde je nevyhnutné vedieť potrebu suplementácie.

Na spolupráci s Modrým Koníkom sa mi páči precízne spracovanie komunikačného konceptu i jednotlivých aktivít - obsahové i vizuálne. S Modrým Koníkom som spolupracovala už v minulosti a iba som si znovu potvrdila, že na vybrané kategórie je komunikácia cez tento portál vhodnou formou.”

Adriána Rakúsová, CHC Category Manager, Zentiva

ZENTIVA