

Kampaň

#Odvazneiny



+ ZADANIE

V septembri 2015 prišlo Lenovo so zadaním na vytvorenie kreatívnej PR kampane, ktorá mala podporiť launch produktov nového radu YOGA.

Cieľ komunikácie:

- Launch kampane #Odvazneiny (globálny hashtag #Goodweird) na Slovensku
- Budovať povedomie o kampani #Odvazneiny, produktovom rade YOGA a podporiť tak predaj produktov YOGA
- Všetky aktivity mali byť spojené s prezentovaním konkrétnej vychytávky, ktorú daný produkt má (feature, ktorý ho robí jedinečným)

Produkty: YOGA Tab 3, YOGA Tab 3 Pro, YOGA 900, YOGA Home 900

Cieľová skupina:

Fanúšikovia, priatelia fanúšikov, remarketingové publiká, ľudia zaujímaví sa o moderné technológie

+ RIEŠENIE

Pre prítiahnutie pozornosti cieľovej skupiny sme využili kreatívny potenciál známej dvojice bavičov Tomáš Hafner a Martin Jakubec. Dvojica je známa svojimi uletenými pesničkami, ako aj tým, že od nich možno očakávať čokoľvek. A to bolo veľmi blízko s tým, čo sme potrebovali – byť „odvazneiny“.

Kampaň sme sa rozhodli rozdeliť na 3 časti:

- Šírenie videí s virálnym potenciálom
- Event pre novinárov a fanúšikov značky
- Medializácia

+ Fázy kampane

#1 Teasing (18.11.- 30.11.2015)

Cieľom teasing aktivít bolo vzbudenie záujmu verejnosti o „Odvazneiny“ a vytvorenie „pôdy“ na predstavenie kľúčových produktov Lenovo YOGA. Obsahom teasingovej časti boli Facebook posty a videá, ktoré sme rovnako odpromovali na facebook-u a na ústrednej microsite Odvazneiny.sk.

#2 Media event (30.11.2015)

Mixom aktivít v rámci eventu sme si zabezpečili pozornosť dôležitých cieľových skupín: novinárov, Lenovo fanúšikov a online verejnosti. Media event nám taktiež zabezpečil viacero vln medializácie.

#3 Post-medializácia (30.11.- 31.12.2015)

Vďaka kooperácií s médiami pri tvorbe rôznych komunikačných a podporných nástrojov sme predĺžili trvanie spontánnej komunikácie o YOGA tabletoch a notebookoch.

Virálne videá

Nakrúcanie virálnych videí:

- **Idea:** poukázať na užitočné featury YOGA produktov originálnym, vtipným, až bizarným spôsobom (samozrejme, všetko s ohľadom na podporu dobrého mena Lenovo)
- Počas 1 natáčacieho dňa, dostali Hafner a Jakubec k dispozícii YOGA produkty a podľa schválených treatmentov natočili videá
- S dvojicou počas celého dňa chodil kameraman, ktorý zároveň nasnímal aj reakcie nič netušiacich ľudí

Facebook posty:

- Podpora projektu cez Facebook cez Lenovo fanpage
- Predpokladom bolo šírenie videí cez FB s podporou, ako aj cez microsite odvazneiny.sk

+ Microsite Odvazneiny.sk

Virálne videá sme promovali aj na ústrednej microsite Odvazneiny.sk. Pre podporu microsite sme spustili reklamu, ktorá prilákala ďalších návštevníkov, ktorých úlohou bolo pridávať na microsite „odvážne iné“ fotky i videá.



The screenshot shows the main page of the Odvazneiny.sk microsite. It features a blue header with the Lenovo logo and navigation icons. The main content area is white with a large heading "Projekt #Odvazneiny" and a sub-heading "Pomocou hlasovacích tlačidiel nižšie môžete dať svoj hlas tomu, čo je podľa vás odvážne iné." Below this, there are two orange buttons: "Odvazneiny" and "Alebo nie?". A section titled "galéria #Odvazneiny" is visible at the bottom, with filters for "Všetko", "Videa", "Texty", and "Obrazky".



+ Naše nové YOGA produkty sme slávnostne uviedli na večernom evente, ktorý bol rovnako, ako celá kampaň, „Odvážne iný“.



#Odvazneiny

Užite si posledné dni
všednosti, vypravíme ju
zo sveta

30.11.2015

o 18:57

na lodi River´s club
na Tyršovom nábreží

Dress code:
všetko od havajských košiel
po oteplovačky

RSVP do 25.11.2015
na mihalikova@primetime.sk

Heslo pre vstup:
#Odvazneiny

Lenovo

Lenovo

+ Media event



+ Media event



+ Media event



Dosiahnuté výsledky kampane #Odvazneiny

Lenovo™



+ Facebook - videá

	Videnia	Reach	Likes	Comm	Shares	Link clicks	Clicks to play	Other clicks	Engagement
V1	92 300	236 116	503	78	63	4	3 799	6 606	644
V2	106 501	252 135	133	15	23	3	1 422	888	171
V3	128 544	278 895	424	462	92	4	2 276	3 913	978
V4	82 010	238 091	266	40	55	76	3 075	2 322	361
V5	63 279	188 168	142	11	15	82	1 776	516	168
V6	83 314	206 049	147	64	14	3	1 391	734	225
	555 948	1 399 454	1 615	670	262				2547

Ľudia diskutovali na Facebooku o produktoch radu YOGA, o kampani, ako aj o spojení s dvojicou Hafner a Jakubec. Reakcie boli pozitívne aj negatívne. V každom prípade sme ich pozornosť pritiahli, čo bolo naším cieľom a v konečnom dôsledku sme mali vysoký engagement.

Počet videní videí

556 000 x

Facebook fan page

O kampani sa na Facebook-u rozprávalo

670 ľudí.

Podpora predaja

Vďaka kampani sa predalo viac ako

12 000

produktov zo série YOGA.

Médiá

O kampani napísalo 18 médií, pričom spolu zverejnili až

58 výstupov.

REACH

Reach celej kampane dosiahok takmer

2 milióny.



THANK YOU

DAKUJEM DANK BEDANKT MERCI TAKK 谢谢
ありがとう СПАСИБО GRACIAS DZIĘKUJĘ DANKE
OBRIGADO БЛАГОДАРЯ GRAZIE תודה GRACIAS

