

—
NÁZOV PROJEKTU

SÓDA

Čítanie ku káve

KATEGÓRIA

Community Relations

OBDOBIE REALIZÁCIE

November 2015 - doteraz

AGENTÚRA

**Magazine Ventures/
Folk Publishing**



PROKOP 2016

ZHRNUTIE

Počas roka 2016 O2 vybudovalo zákaznicky magazín v tlačenej aj online forme, s čítanosťou porovnateľnou s menšími klasickými médiami.

Magazín s podtitulom "Čítanie ku káve" prináša najmä do slovenských regiónov inšpiratívne a férové čítanie, v podobe, ktorú možno nazvať "inšpiratívny a férový bulvár".

VÝZVA A CIEĽ

Cieľom projektu bolo vytvoriť platformu na priamu komunikáciu so zákazníkom, predovšetkým v regiónoch, ktorá by upútala čitateľov najmä svojim obsahom.

V zhustenom mediálnom prostredí a obsadenosti cieľovej skupiny, si O2 chcelo vytvoriť priestor pre oddychové a pútavé čítanie nezávislého obsahu spolu s informačným magazínom s poslednými novinkami z produktového portfólia operátora.

STRATÉGIA A PLÁN

Stratégia vytvorenia mediálneho komunikačného kanála pre priamu komunikáciu so zákazníkom sa založila na priťahnutí čitateľov atraktívnym oddychovým obsahom, ktorý sa následne z online prostredia preniesol aj do printovej verzie.

Podpora brandu a produktového portfólia v magazíne alternuje rôznu formu marketingového mixu na predajniach operátora. Navyše magazín sa stal najmä v regiónoch voľne dostupným zdrojom informácií a pútavého oddychového čítania.

REALIZÁCIA

Magazín vznikol ako online projekt a platforma v rámci webu O2 (soda.O2.sk) v novembri 2015, postupne do mája 2016 rástol na pol milióna čitateľov mesačne, a drží si priebežne 300-500 tisíc čitateľov každý mesiac.

Printové vydanie vychádza ako náhrada produktového katalógu O2, v náklade nad 100 000 kusov, 5x ročne.

Každý mesiac je aspoň tretina tém v online magazíne priamo prepojená na O2 témy, a odovzdáva ich v čitateľsky priťažlivej forme.

VÝSLEDKY

O2 získalo masovú platformu na priamu komunikáciu so zákazníkom, najmä v regiónoch.

Cena za oslovenie jedného zákazníka je obvykle nižšia, prípadne porovnateľná, ako iné formy komunikácie (TV, online kampane), a produkčne menej náročná na doručenie želanej informácie do regiónu.

Online magazín vytvoril inšpiratívnu, férovú platformu na priamu komunikáciu medzi zákazníkom (alebo potenciálnym zákazníkom) a O2. Podarilo sa to navyše na masovej úrovni v stovkách tisíc čitateľov mesačne.



FÉROVÍ PODNIKATELIA V REGIÓNOCH

Sóda čítanie ku káve
Najčítanejšie Témy Spolupráce
O Sóde f t i
Powered by O₂

< Predchádzajúci Všetky články Ďalší >

Férová fabrika v strede Slovenska presvedča ľudí, aby k nim nešli pracovať

Vďaka práškovej metalurgii vie firma Artura Gevorkyana vyrobiť to, čo iní nevedia. Ľudí si nielenže vychováva, ale im aj pomáha, keď sa dostanú do ťažkostí.



INŠPIRATÍVNI ĽUDIA V REGIÓNOCH

The screenshot shows the SODA website interface. The header includes the logo 'Soda' with the tagline 'čítanie ku káve', navigation links for 'Najčítanejšie', 'Témy', and 'Spolupráce', a search icon, social media icons for Facebook, Twitter, and Instagram, and a 'Powered by O₂' logo. Below the header, there are navigation arrows for 'Predchádzajúci', 'Všetky články', and 'Ďalší'. The main content area features a large landscape image of mountains at sunset. Below the image is the article title 'Liptáci, ktorí inšpirujú svet' and a short introductory paragraph. Below the main image is a grid of four smaller images, each with a caption and a short bio.

Soda čítanie ku káve

Najčítanejšie Témy Spolupráce

Powered by O₂

Predchádzajúci Všetky články Ďalší

Liptáci, ktorí inšpirujú svet

Keď sa človek vyberie ďalej od veľkých miest, akosi prirodzene nadobúda pocit že sa vzdaluje civilizácii. So stúpajúcou výškou hôr sa tento pocit ešte zvýrazní.

Katka Gurdová
Nepretržite pracuje s penou. Bolo to pôvodne zamerané na pivá, neskôr sa presunulo na kávu, inšpiráciu vďaka v Bratislave.

Miro Pito
Hochalpa, alpinista a extrémny lyžiar. Je to najväčší lyžiar na svete.

Matúš Lipták
Po ôsmi rokoch v roku 2007 je na hraniciach vesmíru, no šport sa v jeho živote nikdy neprestal. Pôvodne sa zaoberal lyžovaním, neskôr sa presunulo na kávu, inšpiráciu vďaka v Bratislave.

Tomáš Kubiš
Fotograf a videoníer. Práca je preňho súčasťou života, ale najmä je to spôsob, ako sa vyjadriť. Jeho práca je zameraná na kávu, inšpiráciu vďaka v Bratislave.