


CRYOMED – SOKOLÍCI + MRAZY UDRÚ NA SK

<p>„Sokolíci s tajnou zbraňou Cristiana Ronalda“</p> <p>„Kryosauna regeneruje až päťkrát rýchlejšie,“</p> <p>„Vymrazia si postupový sen“</p> <p>„Teploty do -200 stupňov môžu liečiť“</p> 	POČET VÝSTUPOV	39
	CELKOVÝ ZÁSAH	10,28 milióna
	HODNOTA CPT	0,07 €

Viditeľnosť značky:

95 %

Výstupov referenčne uviedlo názov firmy Cryomed a jej produktov

Použitie dokumentov:

95 %

Výstupov obsahovalo nami dodaný alebo iniciovaný grafický alebo obrazový materiál

Kľúčové posolstvá:

100%

Výstupov obsahovalo definované kľúčové komunikačné posolstvá

Tonalita:

100%

Výstupov môžeme hodnotiť ako pozitívne. Negatívny výstup nebol zaznamenaný.

Kategórie výstupov

 print	 TV	 rádio	 online
Print/počet výstupov	TV/počet výstupov	Rádio/počet výstupov	Online/počet výstupov
7	2	0	30

CRYOMED – SOKOLÍCI + MRAZY UDRÚ NA SK

„Mrazivé zdravie zo Slovenska do celého sveta“

„Vyskúšajte si liečivý mráz na vlastnej koži“

„Vymrazte svoje zdravotné problémy“



Hodnota ROI:

101 %

Hodnota získanej publicity/priestoru v médiách (AVE) významne prevýšila celkovú sumu investovaných prostriedkov na kampaň

Kľúčové posolstvá kampane:

- Cryomed pomohol s regeneráciou našich Sokolíkov pred a počas futbalového šampionátu v Poľsku
- Naviazanie spolupráce so Slovenským futbalovým zväzom, získanie dobrej referencie
- Edukácia verejnosti o výhodách a účinkoch kryoterapie
- Kryoterapia nie je určená iba pre športovcov, ale je dostupná pre každého
- Kryoterapia sa využíva pri regenerácii, liečbe rôznych typov ochorení, v kozmetike, traumatológii, dermatológii, športovej medicíne
- Zviditeľnenie značky Cryomed a jej produktov (kryosauna, kryofén)

Kľúčové média v kampani:

TOP MÉDIÁ S NAJVÄČŠÍM ZÁSAHOM



SME



Slovník pojmov

Zásah

Všeobecne počet ľudí, ku ktorým sa dostane informácia (vidí reklamu, čítajú noviny, v ktorých je inzerát atď.)

CPT (Cost per Thousand, niekedy Cost per Mile – CPM)

Finančná čiastka vynaložená na oslovenie tisíc ľudí (takže cena za zásah 1 000)

Viditeľnosť značky

Relatívny podiel všetkých iniciovaných výstupov, v ktorých sa objaví brand či subbrand klienta (napr. Ford / Focus)

Kľúčové posolstvá

Relatívny podiel všetkých iniciovaných výstupov, v ktorých sa objavia definované kľúčové posolstvá kampane

Použitie obrázkov

Relatívny podiel všetkých iniciovaných výstupov, v ktorých sa objavia nami dodané alebo iniciované fotky či schémy alebo video kontent

Tonalita

Relatívny podiel pozitívnych výstupov

ROI - Return on Investment

Ukazovateľ návratnosti investícií. Zvyčajne udáva koľko zarobí každé investované euro do komunikácie, resp. aký je pomer získanej publicity a investovaných prostriedkov

