



# LINKEDIN JE | 2022

## PRIESKUM LINKEDIN JE IN

KATEGÓRIA  
SMALL BUDGET

PRIHLASOVATEĽ  
DIVINO

SPOLUPRACUJÚCE AGENTÚRY  
Go4insight, Miki Plichta®

PRE  
DIVINO & celú LinkedIn komunitu

# PREČO JE TENTO PROJEKT VÝNIMOČNÝ?

LinkedIn aj na Slovensku naberá na popularite, ale kto a akí sú jeho lokálni užívatelia sa až do septembra 2022 nevedelo.

Zmenil to unikátny prieskum LinkedIn je IN, ktorý sme zrealizovali s prieskumnou agentúrou Go4insight a LinkedInfluencerom Mikim Plichtom®.

# AKÝ SME

# MALI CIEĽ?

Pôvodným cieľom bolo získať **1 000 respondentov** a to bez výdavkov na propagáciu.

Tento cieľ sme **prekonali o viac ako 60 %**.

Pomohla nám výzva, ktorá umožnila každému užívateľovi LinkedIn na Slovensku stať sa ambasádorom prieskumu. Tým sme násobne zvýšili zásah cieľovej skupiny a **udržali náklady na promo na nule**.

# AKÚ SME ZVOLILI TAKTIKU?

Ambasádormi zvyknú byť ľudia s vplyvom. My sme sa rozhodli túto premisu „rozbiť“.

Komunikovali sme, že ambasádorom môže byť každý. Stačilo pod príspevkom k prieskumu napísať Aj ja som IN a dostali personalizovaný vizuál, ktorým mohli šíriť výzvu na vyplnenie do svojej siete kontaktov.



# ČO SA NÁM PODARILO DOSIAHNUŤ s prieskumom?

**1 600+** respondentov

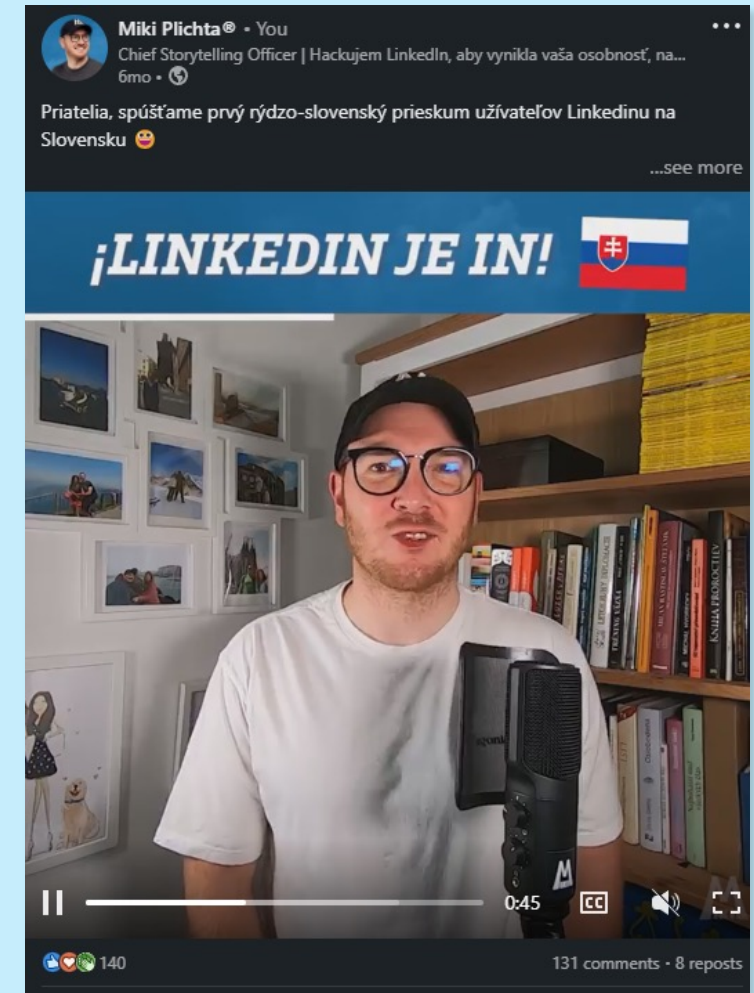
**1 446** kompletne vyplnených dotazníkov

**65** dobrovoľných ambasádorov

**1** unikátny #linkedinJeIn

**120 000** organických videní príspevkov s týmto #

**40+** stranový dokument ako výsledok



# ČO SA NÁM PODARILO DOSIAHNUŤ pri prome?

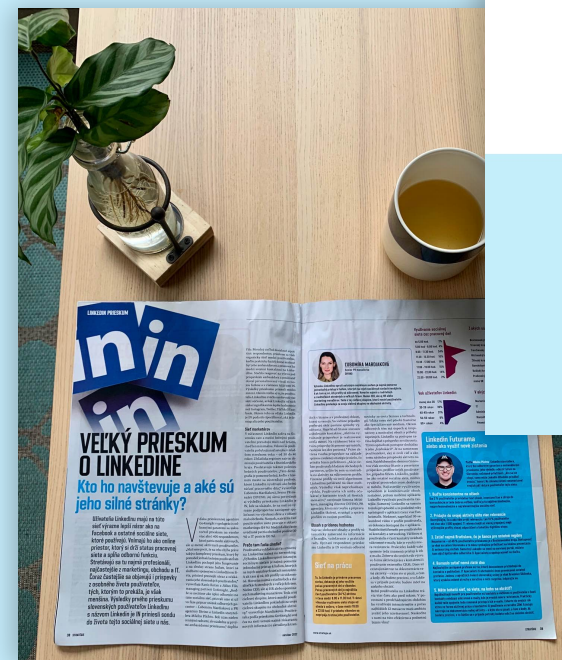
**85** účastníkov SME konferencie LinkedIn menu 2022, ktorí si vypočuli offline premiéru výsledkov

**50 000+** čitateľov na 4 marketingových portáloch, ktoré prieskum zverejnili

**50+** spomenutí prieskumu v LinkedIn príspevkoch

**0 eur** náklady na externé promo

**3 000** – level nadšenia z toho, ako to celé dopadlo a aký úžitok to má pre užívateľov a školiteľov LinkedIn



**ĎAKUJEME ZA POZORNOSŤ A VIDÍME  
SA NA PROKOPOVI A NA LINKEDIN.**

**LEBO OBE SÚ IN**

