

Reklamní kampaň pro dm drogerie markt

Případová studie



Modrý koník

Ambasadorka dm drogerie markt

Klient dm drogerie markt s námi uspořádal úspěšnou kampaň typu Ambasadorka značky, která běží od listopadu 2019 a trvá dosud (5/2021). Podobně jako na slovenském Modrém koníku, kde dm působí již přes 5 let, i u nás klient dosáhl velmi zajímavých výsledků. Uživatelská skupina značky dm získala celkově přes 2 630 členů a 2676 sledovatelů. V průměru obsah značky oslovoval na 9 100 lidí měsíčně a zobrazován byl také průměrně 790 000x měsíčně.

Výhody formátu Ambasadorka značky:

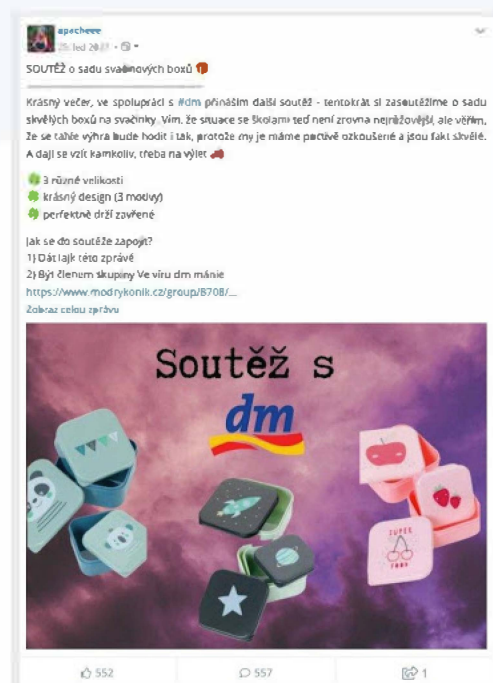
- Ambasadorka dlouhodobě buduje povědomí o značce mezi uživatelkami. Stává se jakýmsi „vaším hlasem“ v komunitě Modrého koníka.
- Vaše produkty se stanou každodenní součástí jejího života na několik měsíců.
- Tvoří kvalitní obsah z každodenního používání produktů a inspiruje tak ostatní uživatelky k jejich pořízení.
- Aktivně pracuje ve skupině a zapojuje do tvorby obsahu její členy.
- Její obsah můžete následně šířit i na jiných komunikačních kanálech.

Zaměření: love brand, brand awareness, vytvoření obsahu

Trvání: listopad 2019 – dosud (případovou studii jsme dělali v 5/2021)

Produkt: sortiment dm drogerie markt

Cíl: budování pozitivní image značky a povědomí o jejích produktech



Jak pracují ambasadorky: Ambasadorku vybíráme společně s klientem z maminek, které se přihlásí do výzvy. V průběhu svého působení ambasadorka nepřidává pouze klasické komerční příspěvky, naopak důvěru a oblíbenost ostatních žen si získává zejména díky autentickému sdílení náhledu do svého každodenního života.

Publikuje fotky a zážitky s rodinou, přáteli, běžnými činnostmi a tak podobně. Maminky jí důvěřují a její obsah se jim líbí, rády na něj reagují. Zároveň tato ambasadorka vždy zastupuje jednu značku, jejíž produkty zahrnuje do svého obsahu. Jinými slovy ukazuje ostatním uživatelkám, jak klientovy produkty užívá ve skutečném životě. V tomto případě tak ambasadorka s ostatními sdílela, k čemu používala produkty dm, jak z nich vařila nebo pro jaké recepty lze suroviny z dm drogerie ještě použít.

Tímto způsobem je reklama zcela přirozená a nenásilná, nikomu se nevnučuje a na ženy působí velmi dobře. Maminky se ambasadorek často ptají na dostupnost tohoto zboží, v jakých prodejnách je lze zakoupit, na možnosti věrnostního programu a tak podobně. Jinak tomu nebylo ani v tomto případě. Ambasadorka na tyto otázky odpovídá v zastoupení klienta, který jí dává k dispozici veškeré potřebné informace.

Klienti formát Ambasadorka značky často používají ještě v kombinaci s jinými reklamními formáty. Velmi oblíbené mezi uživatelkami jsou **soutěže** nebo **uživatelské testování**, na které ambasadorka může efektivně upozornit.

Už nějakou dobu vám slibuji soutěž, na kterou se tolik z vás těší. No a konečně je tu tady 🥳
🔥 SOUTĚŽ o ADVENTNÍ KALENDÁŘE právě začíná... 🔥
V tomto postu si zasoutěžíme o kalendář značky Balea - najdete v něm 24 olýnek, kde se ukrývá přesně tolik kosmetických překvapení, které vám zpříjemní čekání na Ježíška 😊
Pokud se vám tento kalendář líbí, pojdte zkusit své štěstí 🍀 a zapojte se do soutěže o něj. Vyhrát jej může sice jen jedna z vás, ale nikde není napsáno, že to nemůžeš být třeba právě ty!
Jak se do soutěže zapojit?
1) Lajkní prosím tuto zprávu 🥳
2) Dej lajk článku s adventní inspirací z prodejny dm
<https://www.modrykonik.cz/blog/apachee/article/vanoce-vanoce-prichazeji-aneb-prip-nvy-jitv...>
Zobraz celou zprávu

709 likes, 706 comments, 1 share

Vánoce miluju a jelikož vím, že podobně postizených nás je tady opravdu hodně, přináším vám malou předvánoční inspiraci a tipy na produkty z dm, se kterými si můžete zpříjemnit dobu adventu, a o tu více se díky nim těšit na Vánoce!
1. Adventní kalendáře pro dospělé
[https://www.modrykonik.cz/blog/apachee/article/vanoce-prichazeji-aneb-prip-nvy-jitv...](#)
Čti celý článek

694 likes, 48 comments, 1 share

Průběžné výsledky dm drogerie markt (3/2021)

Členové ve skupině

2 639 uživatelů

Příspěvky ve skupině

2 835

Sledovatelé ambasadorky

2 676 uživatelů

Engagement

1 565

Oslovení uživatelé

9 111

Počet zobrazení

791 910

Vyjádření klienta

Ambasadorku jsme zvolili, protože používáme influencery v online komunikaci a ambasadorka na MK představuje skvělou příležitost, jak autenticky oslovit klíčovou cílovou skupinu maminek s dětmi a představit jim vybrané produkty, které v sortimentu máme a také budovat image i kompetenci.

Důležitý je především správný briefing a výběr ambasadorky a poté nastavení vzájemné spolupráce mezi ambasadorkou, firmou a zástupci MK. Vymezili jsme kategorie, které chceme komunikovat (jak produktově, tak image) s tím, že je možné flexibilně reagovat. Důležité je rovněž komunikovat s ambasadorkou a zároveň ji dát prostor k vlastní iniciativě a kreativitě.

Z čísel jsme věděli, že maminky jsou na MK hodně aktivní a rovněž nám byly inspirací zkušenosti kolegů se Slovenska, kteří tento formát používají již delší dobu. Naším cílem bylo oslovit klíčovou skupinu maminek prostřednictvím cílené komunikaci nad rámec našich kanálů.

Co se týká zásahu a engagementu příspěvku ambasadorky, tak její čísla patří k nejlepším v daném formátu, proto jsme celkově se spoluprací spokojeni. Spolupráce a formát nejen naplnila, ale i předčila naše očekávání.“

Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt