

Jak (ne)fungují marketingové novinky?

Facebook očima nadnárodní korporace

Petr Trešl

Marketing Manager

Hewlett-Packard

Jan Edlman

Client Solution Consultant

OmnicomMediaGroup



Zadání z korporace

aneb hovoří Houston ...



HP Mini 210 Vivienne Tam Edition



2 ©2009 HP Confidential

Inspirace:

Téma motýlých milenců – tradiční čínský
příběh

HP Mini 210 Vivienne Tam Edition

Co budeme prodávat?

HW konfigurace

2GB operační paměť

320 GB pevný disk

Windows 7 Premium

Unikátní baterie

Zlatá barva

Exklusivní balení

Zlatá krabice podtrhující exklusivní produkt

Hedvábný obal ve zlatém provedení

Speciální aplikace

Aplikace zrcadlo





Co s tím?

Masivní inzertní kampaň v LifeStyle médiích

Masivní kampaň v místě prodeje

- výběr netradičních míst pro nabídku designového notebooku
- řetězce obchodů značkového oblečení

PR kampaň propagující produkt s vybranou celebritou

Netradiční média

YouTube

Facebook



A close-up, slightly angled photograph of a computer screen displaying the Facebook login interface. The blue Facebook logo is prominent at the top, with the word "facebook" in white lowercase letters. Below it, the "Email" label is visible in a dark font, followed by a text input field. Further down, the "Password" label is partially visible, also followed by a text input field. The screen's pixelation is visible, and the lighting is soft, creating a slight shadow on the right side.

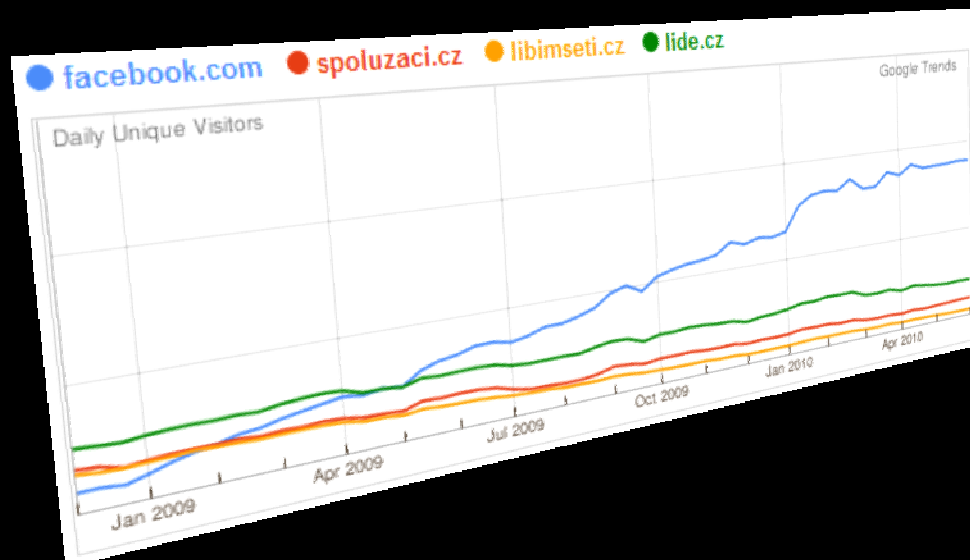
facebook

Email

A co je to facebook?

Password

Sociální sítě v ČR

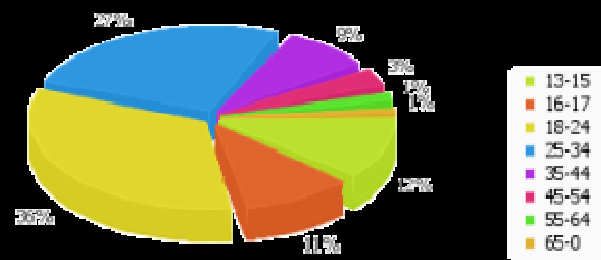


Facebook v ČR

- Největší sociální síť
- 2. nejnavštěvovanější portál

Facebook ČR:

- **2,84 milionu uživatelů**
- **28% obyvatel ČR**
= cca 42% online populace
- Více než 51% žen
- 59 % se vrací denně
- 79 % se vrací týdně



**Téměř 80% uživatelů
je starších 18 let**

HP na Facebooku

HP mělo v době přípravy kampaně necelých 1000 fanoušků svých Facebookových stránek

HP v té době nemělo pevně popsaná pravidla své prezentace na Facebooku

Osoba zodpovědná za kampaň nebyla aktivním uživatelem Facebooku

Proč jsme tedy zamířili na
Facebook???

**Protože na něm byla cílová skupina
pro nabízený produkt!**



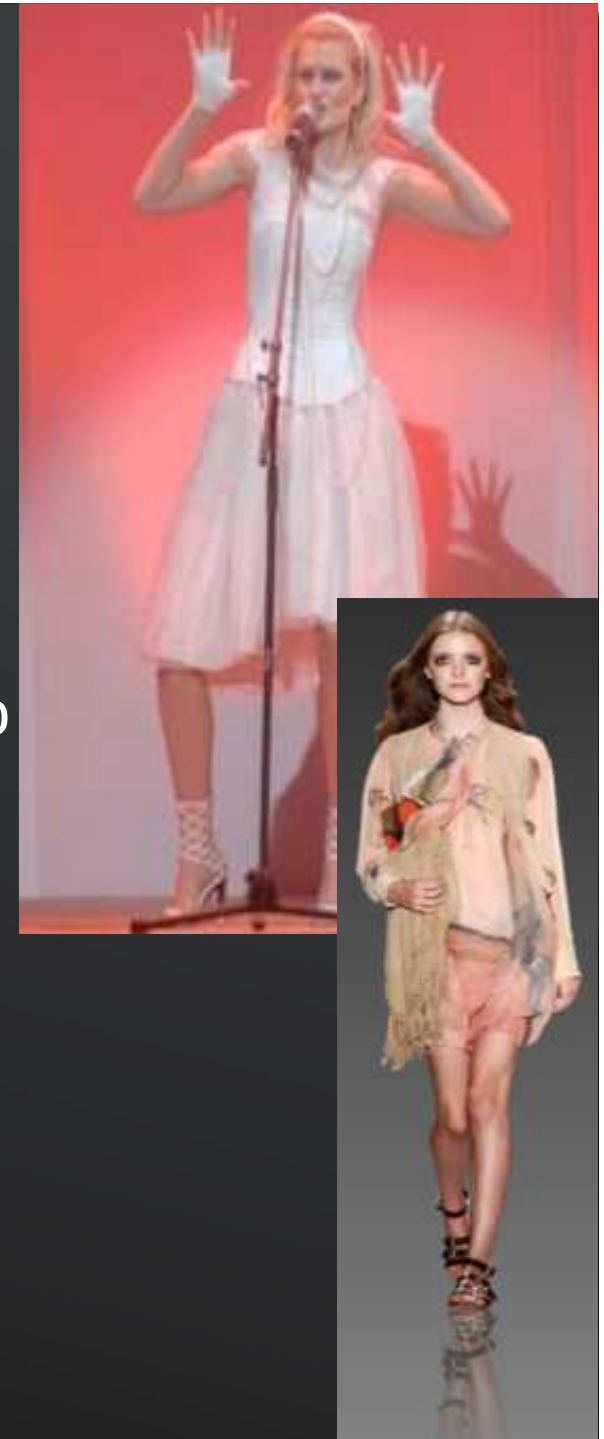


OK Facebook – a co dál?

–Téma

- Lákám kluky na sbírku motýlů
- Práci na HP Mini zvládne i blondýnka
- Soutěž amatérských módních návrhářů o nejlepší model
- Domácí módní video

Za pomoci Augmented Reality natočit video ala módní přehlídka s HP Mini



Přivítejte jaro zasláním motýla kamarádům





Co o nich víme?

- tráví na FB velké množství času
- komunikují spolu
- přeposílají si legrácky i zajímavosti
- jsou to romantické duše
- jsou velmi soutěživé



Jednoduchá sociální aplikace
mající všechny tyto atributy,
zpříjemňující čas TG...



Strategie

Propojit **obvyklé denní aktivity** uživatele s **propagací produktu** – hlavně však nenásilnou a hravou formou.

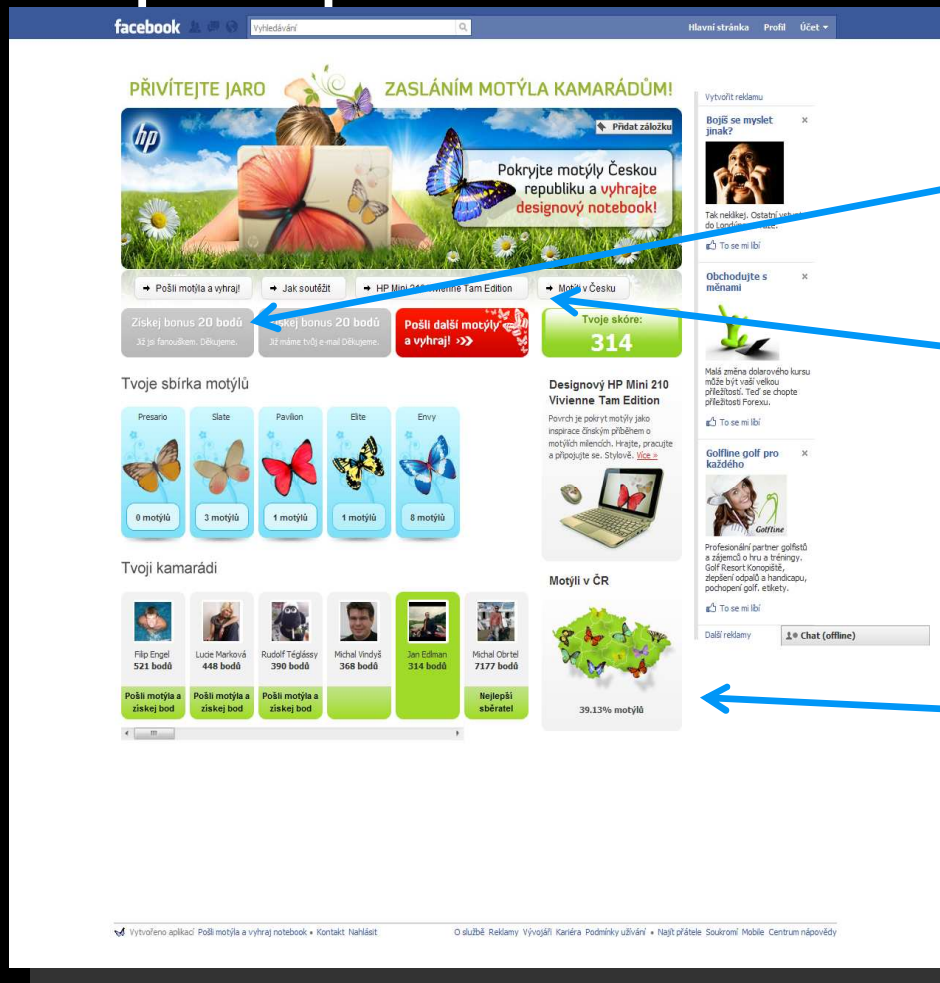


Koncepce

- Založená na přirozeném šíření „letadlového“ typu (zabavení se, užitečné využití času)
- **Posílání motýla** kamarádům (emoce + sdílení)
- Informace o **snižujícím se počtu motýlů** v přírodě (příroda + sociální odpovědnost)
- Soutěž o produkt – malá výhra týdně, „velká“ na konec (soutěživost)



Popis aplikace



Hráči získávají bonusy
za specifické aktivity
(fans, email)

Aplikace obsahuje
informace o produktu

Vizualizace kamarádů
zapojených do soutěže,
zjednodušená interakce

Pokryj celou republiku!

<http://apps.facebook.com/posli-motyla/>

Klíčové elementy úspěchu

- Pochopení chování cílové skupiny na sociálních sítích
- Správné načasování
- Zapojení emocí
- Přirozená soutěživost a její podpora



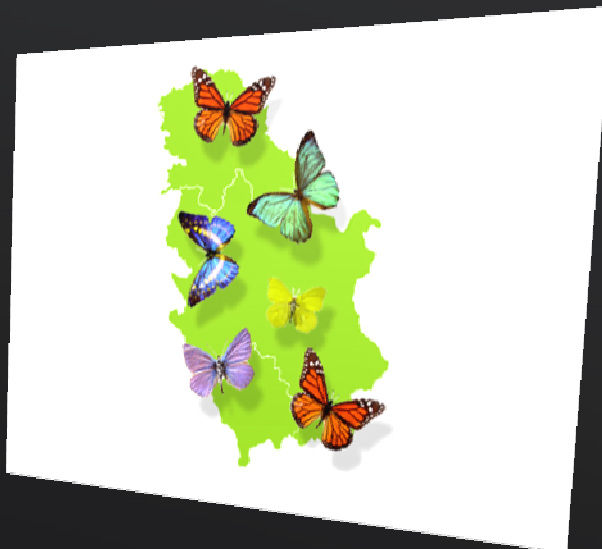
- Komplexní využití benefitů FB, 100% výtěžnost funkcí platformy
(maily, fanoušci, sdílení, pozvánky, post na zed', sběratelství...)



A nezůstalo jen u ČR...

S úspěchem replikováno:

- Slovensko
- Chorvatsko
- Srbsko



HP Mini Vivienne Tam facebook kampaň shrnutí

Hlavní myšlenka

1. Virální kampaň zaměřená na ženy
2. Budování HP Fan clubu na Facebooku

Jak?

- Výzvou aby lidé přivítali jaro zasláním motýla
- Jednoduchá pravidla
 - Ocenění za zaslání i obdržení motýla
 - Za to, že se uživatel stane HP fanouškem
- Ceny pro vítěze:
 - HP Mini Vivienne Tam
 - Počítačové myši ve stejném designu
- Trvání akce:
 - 19 duben - 30 květen

Kampaň



Finální výsledky

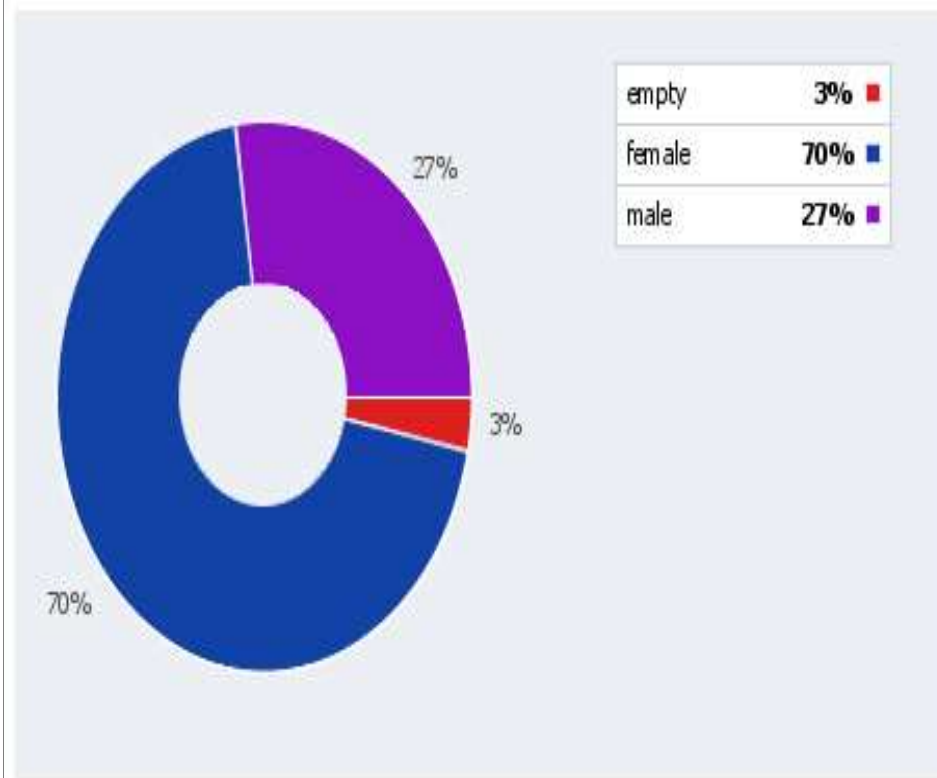
- 525 000 uživatelů
- 23.7 M zasláních motýlů
- 130 000 HP fanoušků (více než HP USA)
- Více než 2/3 uživatelů byly ženy a >80% bylo starších 18 let
- **Prodána celá dodávka HP Mini Vivienne Tam za velmi nadprůměrnou prodejní cenu**

Kolik motýlů tyto uživatelé zaslali?

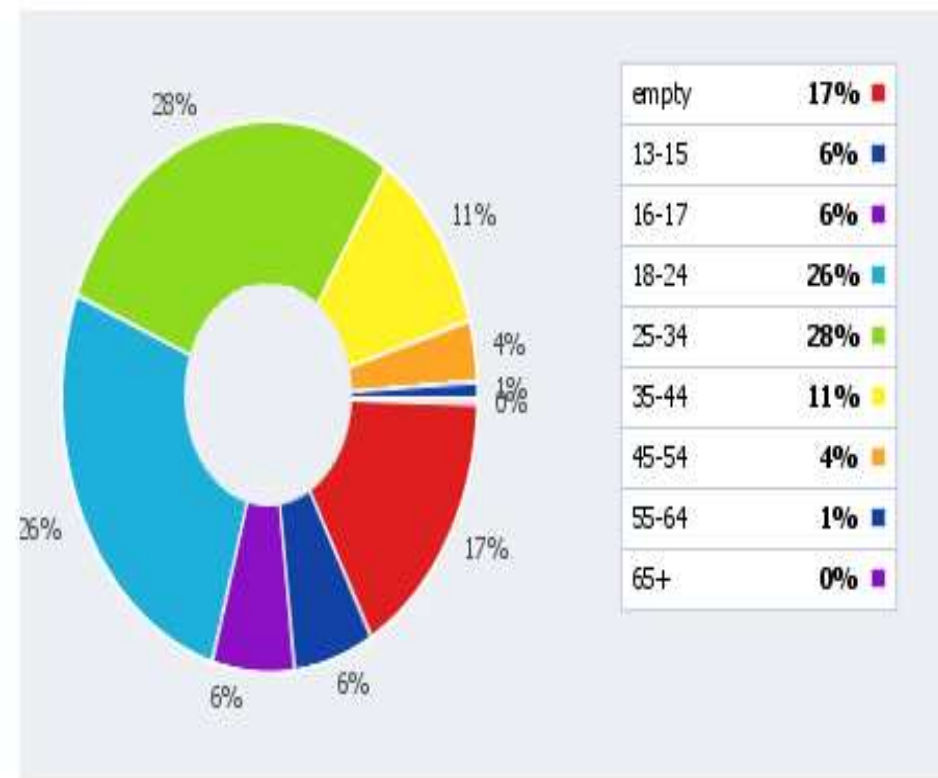


Jedinečný zásah cílové skupiny

Male/female ratio (export)



Age Distribution (export)



Na co si dát pozor při přípravě podobné akce

Dodržení Facebook pravidel

- Na výzvu Facebook USA muselo dojít v průběhu akce k úpravě aplikace

Dostatek serverové kapacity

- Došlo 3x k navýšení potřebné serverové kapacity
- Je nutné mít možnost zvyšovat kapacitu bez nutnosti výpadku aplikace
- Musíte mít připravený plán pro případné servisní zásahy
 - Noc/ráno, víkend/pracovní den
 - Jak odkomunikovat zákazníkům

Jasně oddělení národnostních verzí

- Česká a slovenská verze
- Mohlo dojít k promíchání fanoušků
- Nutné je, aby obě mutace startovaly ve stejný čas
- Musí být jasně popsána případná migrace z CZ do SK verze a obráceně



Na co si dát pozor při přípravě obdobné akce

Most favorite posts

23.08.2010 13:34:01

Už brzy! ...

[Detail](#)

Post type: photo

ER: 0.48

Likes / Comments:

518 / 105

11.06.2010 11:45:07

A jedna legrádka před víkendem - ukázka uživatelsky přívětivého, jednoduchého a intuitivního ovládání ...

[Detail](#)

Post type: video

ER: 0.38

Likes / Comments:

359 / 91

18.05.2010 14:09:14

Společnost HP představuje nové, cenově dostupné notebooky ušité na míru pro malé a středně velké pod ...

[Detail](#)

Post type: photo

ER: 0.21

Likes / Comments:

169 / 57

27.08.2010 10:01:08

Máte možnost si předobjednat na online shopu HPmarket - nyní navíc s dárkem zdarma!

<http://www.hpmarket.com> ...

[Detail](#)

Post type: photo

ER: 0.19

Likes / Comments:

213 / 39

06.06.2010 18:26:27

Pro ty fanoušky, kteří ještě neviděli film "Sex ve městě 2" uvádíme pár fotek jako "ochutnávku". Pro ...

...

[Detail](#)

Post type: photo

ER: 0.18

Likes / Comments:

173 / 45

Zveřejňování
relevantních
příspěvků

- Informace o akci
- Informace o novinkách
- Informace o promocích
- Zajímavá videa



A zejména na správné moderování firemních Facebookových stránek!!!

Definování firemních pravidel pro Facebook

- Zakázání příspěvků obsahujících
 - osobní útoky
 - vulgarismy
 - rasismus
 - spam
 - opakující se příspěvky a příspěvky obsahující zpětné odkazy (link baiting)
- V případě opakovaného porušení uvedených pravidel vyhrazení si práva zablokovat uživateli přístup.

Včasné a věcné odpovědi na příspěvky

- Definování rolí uvnitř firmy v rámci zajištění okamžité reakce na příspěvek
- Jasně popsání stránky týkající se servisu
- Jasně popsání systému stížností ,na který je možné „problémového“ uživatele odkázat

Kdo má být za firemní Facebookovou komunikaci zodpovědný?

- PR agentura ?
- Kreativní agentura?
- Agentura specializující se na sociální sítě?

**Interní
člověk/oddělení s
jasně popsány
pravomocemi**



Hlavně nezapoměňte, že...





Facebook není anonymní...

Líbí se mi



You like this.

Líbí se i
mému
kamarádovi

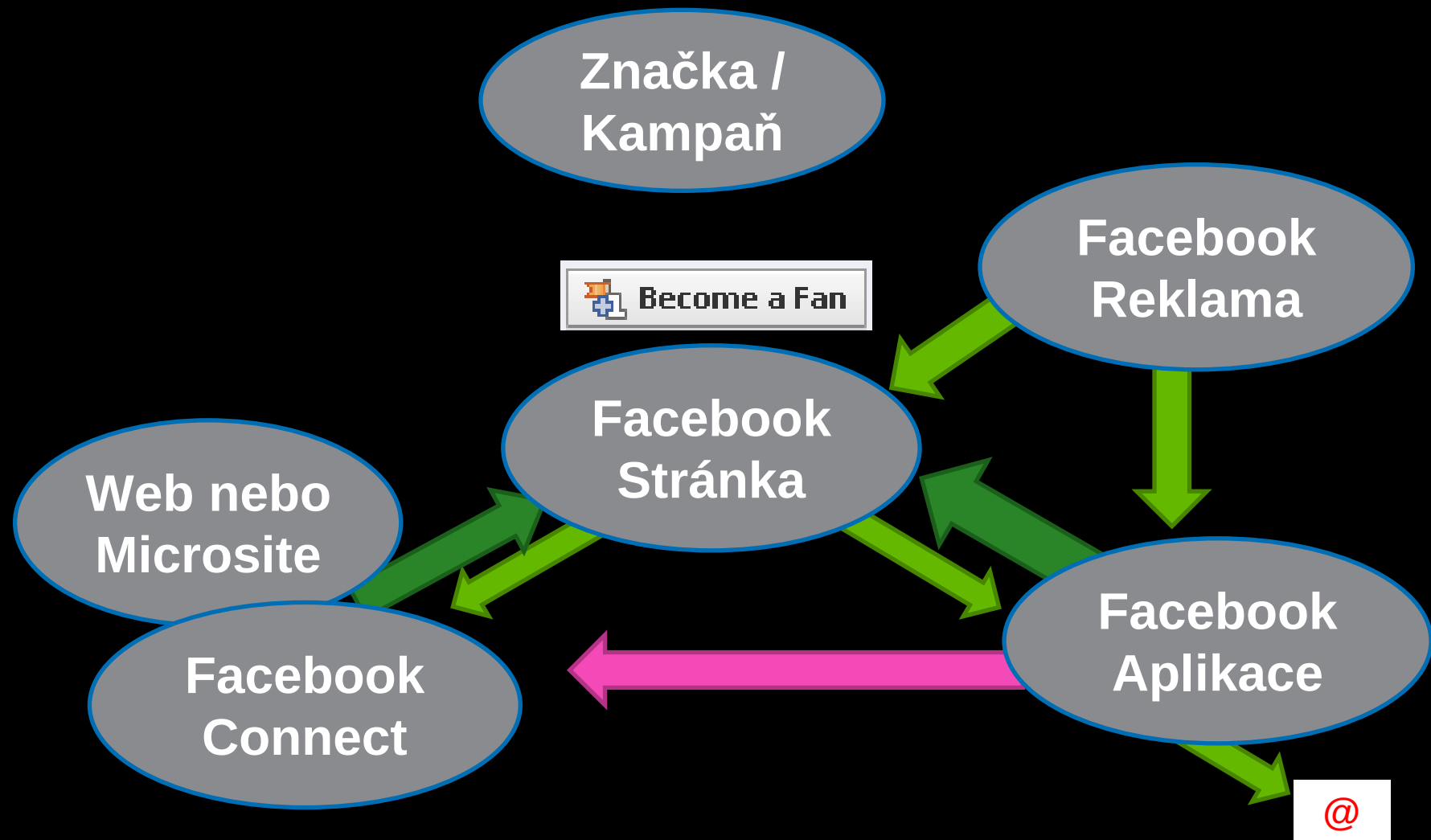
Zobrazí se na
zdi a
newsfeedu

A photograph of a person's torso wearing a white t-shirt. The t-shirt has a black text graphic that reads "TO PLANT A GARDEN IS TO BELIEVE IN TOMORROW". The text is in a bold, sans-serif font, with "TO PLANT A GARDEN" on the first line, "IS TO BELIEVE IN" on the second line, and "TOMORROW" on the third line. The person is also wearing a red garment underneath the t-shirt.

**TO PLANT A GARDEN
IS TO BELIEVE IN
TOMORROW**

... ale mělo by to být spíš takto...

Správný postup



Co z toho?

- Bezedný zdroj informací
- Lidé jsou ochotni naslouchat i sdílet

Branding Education CRM



Co si musíte zapamätovat?





Komunikace na sociálních sítích NENÍ jednosměrná!!!

Co dál?

Paparazzi Viral video



Coolovačka na podporu dalšího designového notebooku

jiná cílová skupina

jiný způsob komunikace – „střílečka“

Společně s agenturou zastřešujeme vývoj pro celý region EMEA



Thank you

Jan Edlman

Client solution consultant

OMD *Agency of the Year 2009*

Lomnického 1705/9

140 00 Prague 4

Czech Republic

tel.: +420 222 077 441

mob.:+420 604 268 507

fax.: +420 222 077 301

<http://www.umd.cz>

