



On-line komunikace nové produktové řady - mikrovlnné trouby MAX Zadavatel: WHIRLPOOL CZ

CÍL KOMUNIKACE:

Oslovit min. 200tis relevantních uživatelů v dané cílové skupině.
Navýšení min. o 50% návštěvnost produktového webu Whirlpool.cz.
Zvýšení prodeje produktu na e-shopu a upevnění postavení značky na českém trhu.

VYBRANÉ MÉDIUM:

VARENI.CZ - jednička na trhu s více jak 1 mil. návštěv měsíčně.
Cílová skupina muži, ženy 25+

KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE:

1.TÝDEN - PR komunikace nového produktu

Seznámení uživatelů s novým produktem, ukázka fotografií, on-line chat, vyzdvižení předností a vyvolání zájmu o nový produkt.

2. TÝDEN - velká spotřebitelská soutěž o 3 komunikované produkty řady MAX
Soutěž postavena formou hledej odpověď na produktovém webu Whirlpool.cz včetně PR soutěžního výrobku, fotogalerie a zpětných odkazů.
Podpora soutěže formou direct emailů, Facebooku a partnerského webu Zdravě.cz

3. TÝDEN - Produktová bannerová kampaň

Velkoformátový banner 970x210, upevnění značky a produktu do podvědomí uživatelů Vareni.cz

VÝSLEDEK:

Oslovení relevantních uživatelů



Navýšení prodeje produktu přes e-shop



Nárůst návštěvnosti webu Whirlpool.cz



Upevnění značky na českém trhu

