

EFEKTIVITA RÁDIA

TRANSAKČNÍ PROJEKTY MEDIA BOHEMIA



Media Bohemia

MEDIA BOHEMIA, a.s. – PŘEDSTAVENÍ

Klíčovou součástí skupiny je nejsilnější rozhlasové zastupitelství MEDIA MARKETING SERVICES a.s., které nabízí 31 vlastněných a 31 zastupovaných rozhlasových stanic.

Nejsilnější mediazastupitelství na českém internetovém trhu IMPRESSION MEDIA, s.r.o. zastupuje více jak 120 serverů.

Internetová divize společnosti Media Marketing Services a.s. - zajišťuje a provozuje úspěšné webové projekty a e-shopy (Cestuj.cz, DeliDeli.cz, Urbanstore.cz, Dobrykos.cz).

Společnost ALLEGRIA – FIRMA NA ZÁŽITKY, s.r.o. - průkopník a dominantní subjekt zážitkového trhu v České republice.

Studio AUDIOTECH s.r.o. - poskytuje služby v oblasti dabingu a zvukové produkce.

CASE STUDIES

Kampaň Urban store.cz

- Charakteristika
 - UrbanStore.cz je e-shop se značkovým oblečením, obuví a módními doplňky
 - Před otevřením internetového obchodu byla spuštěna kampaň "postav se do fronty", která umožňovala potenciálním zákazníkům vyhrát vouchery na zboží
- Cíle
 - Budování značky a získání kontaktů ještě před spuštěním e-shopu

- Forma komunikace
 - Facebookové stránky a Facebooková aplikace "postav se do fronty,,
- Před otevřením e-shopu
 - 3 týdenní rozhlasová kampaň na Fajn radiu současně s FB aplikací
 - Hlavní téma spotů: virtuální fronta a možnost získání „hadrů“ za 100.000,- v odlehčené formě česko-anglického slovníku
- Po otevření e-shopu
 - Komunikace 50 – 80% slev

Kampaň Urban store.cz

Chceš získat voucher v hodnotě 1.000 Kč k nákupu oblečení na UrbanStore.cz?

Slevy až 80% na vše pro všechny účastníky

Klikni nahoře na **To se mi líbí** a voucher může být tvůj

SLEVA 50% na vškeré zboží

650 Kč Miklby O'Neill

DESEL

fajn radio

Mediální partner

Urban store.cz - výsledky:

- **20 000** fanoušků na FB
- **180-200** objednávek denně
- Konverze transakce / návštěvnost **8%**
- Denní obraty nad **150 000,-**

Kampaň Jízda ve Ferrari F430

- Kampaň Allegria – Firma na zážitky
- Kampaň na podporu prodeje adrenalinového zážitku „Jízda ve Ferrari F 430“
- Délka rádiové kampaně: 10 dní
- Produkt MMS : výběr 23 regionálních stanic
- Stopáž: 35''

jízda ve Ferrari

- Zdroje návštěvnosti v období kampaně:

Používání webu		Nastavení cíle 1		Elektronický obchod	
Návštěvy 19 596 % z celkového počtu stránek: 100,00 %		Stránky/návštěva 8,09 Průměr stránek 8,09 (0,00 %)		Prům. doba na webu 00:05:29 Průměr stránek 00:05:29 (0,00 %)	
				Podíl nových návštěv 70,54 % Průměr stránek 68,03 % (3,68 %)	
Zdroj/médium	Žádný	Návštěvy ↓	Stránky/návštěva	Prům. doba na webu	
1. sklik / cpc		5 134	8,54	00:05:06	
2. (direct) / (none)		4 314	9,12	00:06:56	
3. seznam.cz / organic		3 880	7,59	00:04:34	
4.				5:29	
5.				9:48	
6.				2:28	
7.				7:16	
8.				2:57	
9.				2:03	
10.				2:28	

**Přímá návštěvnost generovala
2. nejvyšší počet návštěv**

Přímá návštěvnost = aktivní znalost značky

Přímá návštěvnost se v průběhu rozhlasové kampaně průměrně za den zdvojnásobila (oproti hodnotě před zahájením kampaně)

Jízda ve Ferrari F430 - výsledky:

- Zdroje návštěvnosti dle počtu transakcí v době kampaně a krátce po kampani:

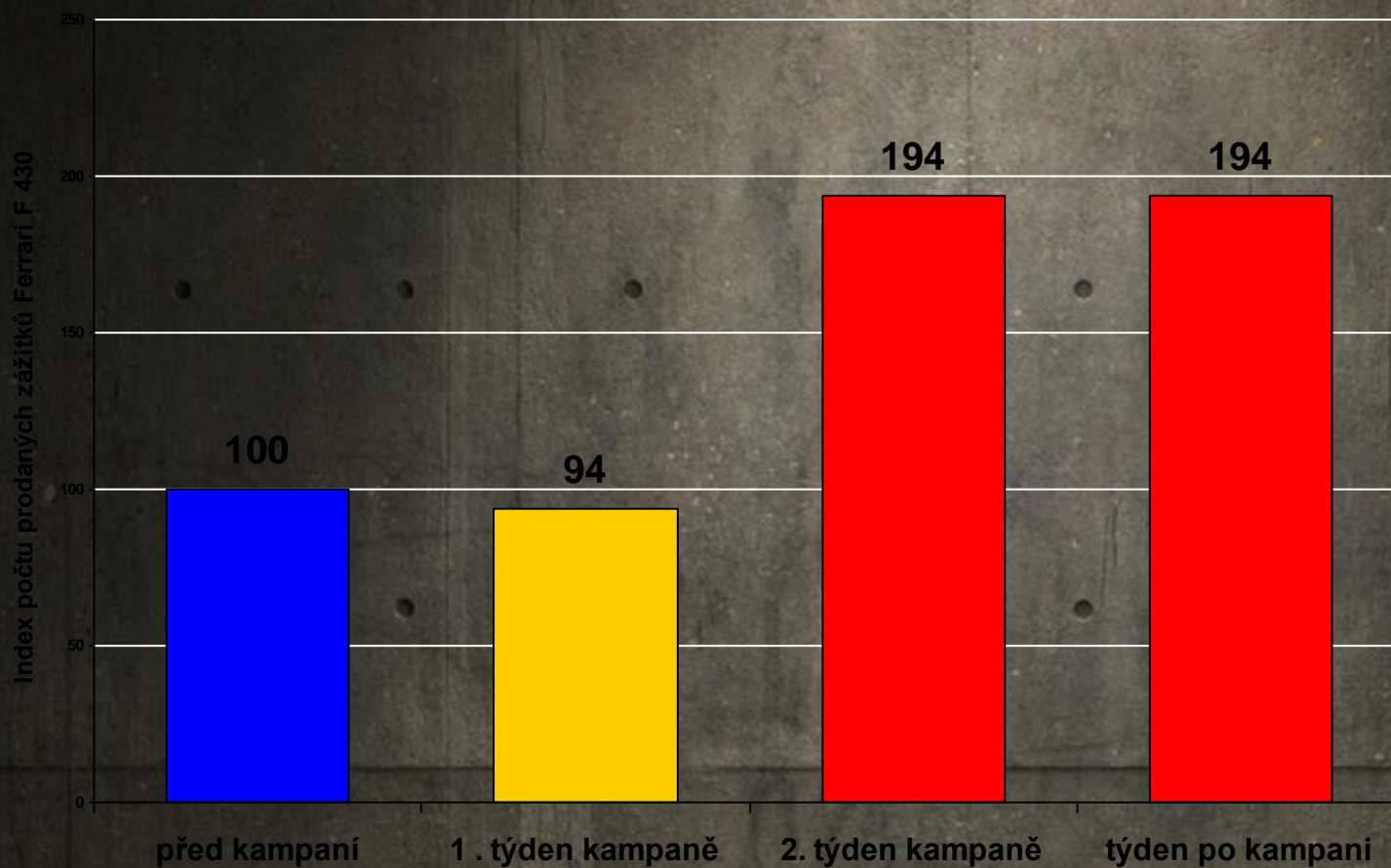
	Zdroj/médium <input type="text" value="Žádný"/>	Návštěvy	Transakce	Míra konverze elektronického obchodu
1.	(direct) / (none)	4 314	154	3,57 %
2.	sklik / cpc	5 134	37	0,72 %
3.	seznam.cz / organic	3 880	28	0,72 %
4.	google / organic	1 793	19	1,06 %
5.	firmy.cz / referral	440	8	1,82 %
6.	google / cpc	1 118	11	0,98 %
7.	newsletter-allegria / email	599	3	0,50 %
8.	facebook.com / referral	395	3	0,76 %
9.	google.cz / referral	37	1	2,70 %
10.	centrum.cz / organic	92	2	2,17 %

Přímá návštěvnost generovala **nejvyšší míru konverze - 3,57%**

Zvýšená hodnota přímé návštěvnosti je generována **rádiovou kampaní.**

jízda ve Ferrari

dopad rádiové komunikace na prodej
indexové hodnoty



DĚKUJEME ZA POZORNOST

