

Případová studie Intextové reklamy se společností Microsoft

Intextová reklama předčila naše očekávání

Nejdůležitější fakta:

- Trvání kampaně 3 měsíce
- 3700 nově zaregistrovaných e-mailových adres
- Cena kliku pod 1 Kč
- Cena za impresi pod 0,30 Kč



Coolhotmail

služba společnosti Microsoft, která nabízí nejen unikátní e-mailovou adresu, ale také všechny dostupné Windows služby.

Společnost Microsoft vyzkoušela nový formát internetové reklamy Intextovou reklamou na propagaci služby Coolhotmail. Výsledky a efektivita nového reklamního kanálu byly příjemným překvapením. Zeptali jsme se Jiřího Grunda, marketingového manažera společnosti Microsoft, na pár otázek.

Proč jste se rozhodli právě pro nový formát Intextové reklamy?

Protože chceme zkoušet pravidelně nové věci a protože věříme, že je to způsob, jak oslovit uživatele, kteří jinak úspěšně unikají našim reklamním sdělením na jiných media-typech.

Co bylo cílem celé reklamní kampaně?

Cílem bylo ukázat návštěvníkům službu, která v ČR existuje dlouho, ale nikdo o ni neví, čili awareness.

Využili jste i jiných typů internetové reklamy?

Ano samozřejmě, došlo k využití banneru, kontextové reklamy a e-mailingu.

Jaký byl rozpočet na celou reklamní kampaň?

Bohužel nemohu sdělit, ale vzhledem k tomu, že jsme využili i interních stránek, jejich reklamní prostor přepočítaný na finance stál přibližně 600 000 Kč, tak to bylo v řádech statisíců.

Jak dlouho Intextová kampaň trvala?

Intextovou reklamou jsme zkoušeli 3 měsíce.

Byl jste s kampaní spokojený?

S Intextovou kampaní jsme byli spokojeni a cílem bylo doplnit naše standardní komunikační kanály, které oslovují naše uživatele novým způsobem, tak aby byl možný zásah co největší.

Jaké byly výsledky kampaně?

Výsledkem byla registrace desítek tisíc nových uživatelů, z toho 3700 přímo z kanálu intextové reklamy a další stále přibývají. Cíle, které jsme si

dali, jsme splnili a podařilo se nám, v případě této služby, zvýšit povědomí o značce, změnili jsme vnímání uživatelů, kteří do nedávné doby žili v domění, že na trhu freemailů, neexistují alternativy. Konkrétně tato naše služba Coolhotmail nabízí 5GB prostoru pro e-maily, což je na českém trhu 2,5x více než nabízejí lokální poskytovatelé.

Jaké byly výsledky intextové kampaně ve srovnání s ostatními reklamními formáty?

Výsledky z klasických formátů budou vždy převyšovat výsledky nových a potvrdilo se to i na naší kampani. Intextová reklama měla enormní hodnoty v míře prokliku a fungovala v jistém směru efektivněji než některé standardní formáty. Cena 1 kliku byla pod hranicí 1 Kč a cena za 1 impresi se pohybovala kolem 0,30 Kč.

BillBoard