

Jak jsme pomohli posílit značku Jezírka Banat pomocí interaktivní kampaně

14.2.2025 - Nikola Drnková | Seznam.cz

Jezírka Banat jsou největší jezírkovou prodejnou v České republice, která si klade za cíl nejen prodávat produkty, ale také vzdělávat zákazníky a pomáhat jim s realizací. Přestože mají široké portfolio služeb, bylo důležité efektivně oslovit nové zákazníky a posílit pozici značky jako experta v dané oblasti. Proto jsme společně vytvořili kampaň na platformách Seznamu, která spojovala inovativní formáty s interaktivitou a odborným obsahem.

Jaký byl cíl a strategie?

Hlavním cílem bylo posílit povědomí o značce Jezírka Banat a ukázat ji jako odborníka na zahradní jezírka. Zároveň jsme se zaměřili na zvýšení zájmu o produkty a služby a podporu návštěvnosti e-shopu. K dosažení těchto cílů jsme zvolili strategii, která kombinovala vizuálně atraktivní branding, interaktivní zapojení zákazníků a odbornou edukaci.

Jedním z klíčových prvků byla interaktivní simulace vody v reklamních bannerech, která evokovala klid a harmonii spojenou se zahradními jezírky. Dalším zábavným prvkem byla online hra „Nakrm rybku 2“, která nejen bavila uživatele, ale také zvyšovala zapojení a vztah ke značce. Pro budování hlubšího povědomí o firmě jsme využili Seznam Talks, který přiblížil příběh značky, její hodnoty a odborné znalosti. Kampaň jsme podpořili i audio reklamou v rámci Seznam Audio.

Jaké výsledky a dopad kampaně měla?

Díky této promyšlené kombinaci formátů přinesla kampaň výrazné výsledky:

- Článek Seznam Talks zaujal čtenáře natolik, že jeho průměrná doba čtení dosáhla nadprůměrných **a 24 sekund**.
- Povědomí o značce vzrostlo o **49 procentních bodů** – před kampaní ji znalo 15 % respondentů, zatímco po jejím skončení už **64 %**
- Výrazně se také posílily asociace spojené se značkou, především v oblasti odborného poradenství, kde došlo k nárůstu o **210-475 %**

Zákazníci značku více vyhledávali, což se projevilo v meziročním nárůstu počtu dotazů o **3 769**. Také obrat společnosti vzrostl o **21,55 %** a návštěvnost e-shopu se zvýšila o **12,8 %**. Celkově se ukázalo, že kombinace nativní reklamy, interaktivních prvků a audiokampaní je efektivním způsobem budování značky a zvyšování zákaznického zájmu.

Seznam Talks se potvrdil jako silný nástroj pro představení značky a budování důvěry. Jak uvedla provozní manažerka Jezírka Banat Helena Banatová. *„Seznam Talks je pro nás skvělý způsob, jak přiblížit veřejnosti náš příběh a filozofii. Kampaň měla obrovský ohlas a mnoho zákazníků nám říkalo, že článek četli.“*

Pokud se někdo rozhodne přechíst si Seznam Talks o vaší firmě, jde o velmi autentickou interakci. Dochází zde k přirozenému spojení s firmou a jejími hodnotami. Výsledky

Brand liftu jsou zde proto dlouhodobě nejsilnější ze všech nativních formátů. Překvapením kampaně pro nás ale bylo Seznam audio – audio spot přehrávaný v našem digitálním audio prostoru. Tento formát dosáhl z pohledu vybavení si značky, srovnatelných výsledků s moderní visibilní online grafikou v kampani. Audio tedy obstálo i v porovnání s formáty jako byla hra a výrazný bannerový branding, což nás velmi těší.

Miloš Uldrich

Manažer dat a výzkumu, Seznam Brand Studio

Pokud hledáte způsob, jak efektivně budovat povědomí o své značce a zároveň zákazníky zaujmout, rádi vám pomůžeme. V Seznam Brand Studiu se nebojíme výzev – napište nám na e-mail brandstudio@firma.seznam.cz a společně vytvoříme strategii na míru.

<https://blog.seznam.cz/2025/02/jak-jsme-pomohli-posilit-znacku-jezirka-banat-pomoci-interaktivni-kampane>