

## Postavka i realizacija Digital marketing kampanje za multinacionalnu korporaciju

### IZAZOV

Pred nama je bio izazov da osmislimo i realizujemo digitalnu kvartalnu kampanju za klijenta, multinacionalnu korporaciju, koja bi trebala da kroz dve platforme, Facebook i Web, sa jedne strane predstavi tržištu nove proizvode, dok sa druge strane treba da obezbedi učešće publike. Kao rezultat zacrtan je povećan broj ljubitelja/fun-ova Facebook stranice, generisanje novih lead-ova i kontakata, koji bi se iskoristili za potrebe direktnog marketinga i prodaje.

Digitalna kampanja je obuhvatala četiri zemlje, što je zahtevalo prilagođavanja za svaku zemlju ponaosob.

### PRISTUP

Analizirajući postojeće komunikacione kanale i aktivacije koje su u prethodnom periodu urađene za klijenta, na nama je bio zadatak da sa kreativne i produkcione strane osmislimo kompletnu kampanju, komunikaciju kroz online kanale, obezbedimo tehničke preduslove kao i da na kraju kampanje predstavimo relevantne pokazatelje uspešnosti kampanje i predviđene izveštaje.

### REŠENJE

Kao prvi korak urađena je kviz aplikacija koja je bila uvod u početak kampanje i najava takmičarske, nagradne igre. Idejno rešenje, odnosno suština inovativnosti, za obe platforme, predstavljala je zanimljiva takmičarska igra u kojoj su učesnici pozivani da za određeno vreme reše zadati problem.

Kreativna igra zahtevala je od korisnika da kroz korake koje prolazi tokom igre, upoznaju se sa proizvodima kompanije, zabave se i osvoji nagrade, što i jeste bio zacrtani cilj kampanje.

Sa tehničke strane gledano, produkcija korisničkog interfejsa, front-end je urađena u tehnologiji Java Script, HTML5, CSS dok je kao baza podataka korišćen MySQL.

Kampanju su pratile offline aktivnosti, zakup oglasnog prostora u štampanim medijima, point of sale aktivnosti, kao i zakup medijskog online prostora, banera i plaćenih oglasa (Facebook i Google ads).

Intenzitet kampanje je postepeno ostvarivan, a održavan je nedeljnim nagradama kao i prijavom za besplatni uzorak novih proizvoda.

### ZAKLJUČAK

Rezultati kampanje govore da je broj korisnika Facebook stranice porastao od 25% - 45% u zavisnosti od zemlje. Broj jedinstvenih posetilaca sajta se merio u stotinama hiljada a broj učesnika u desetinama hiljada.

Sve veća prisustnost mobilnih uređaja, kao i dostupnost internetu, omogućavaju kompanijama da uz dobro osmišljenu i realizovanu kampanju na društvenim mrežama, mogu zadržati postojeće korisnike/potrošače ali i doći do novih, kroz znatno uvećanje broja poseta i pregleda svojih proizvoda, što dovodi do povećanja prodaje i zadovoljstva kupaca.

FD poseduje ekspertizu i reference iz oblasti digitalnog marketinga i preporučuje se kao relevantna konsultantska kuća za ovu oblast.