



## Overview kampaně

S klientem Nestlé máme dlouhodobou spolupráci a i tentokrát jsme našli zajímavý průnik pro komunikaci jejich produktu Gerber kaše. Vzhledem k tomu, že právě ženy jsou ty, které se nejčastěji starají o výživu dítěte, cílová skupina byla v tomto případě jasná.

## Cíle kampaně

Gerber kaše jsou výjimečné díky kvalitním surovinám, které jsou pečlivě vybírány bez zbytečných přídavných látek. Varianty obsahují pouze přirozené cukry z použitých ingrediencí, což z nich činí zdravější volbu pro děti. Kromě toho jsou obohaceny o důležité vitamíny a minerály, které podporují správný vývoj dítěte.

V naší kampani jsme se zaměřili na zvýšení povědomí o produktu prostřednictvím obsahu s reálnou uživatelskou zkušeností. Klíčové bylo splnit očekávání, jako jsou:

- zvýšení povědomí o produktu Gerber kaše,
- získání zpětné vazby od reálných uživatelů,
- zvýšení prodeje a loajality zákazníků vůči značce Gerber.

# Strategie a přístup

Kampaň byla rozdělena do dvou hlavních částí: testování produktů a propagace recenzí na Modrém koníku.

## Testování produktů

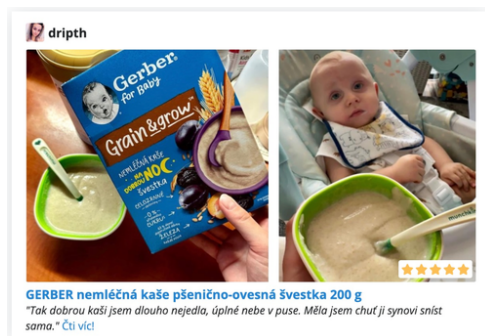
**Výběr testerů:** Vybrali jsme 20 žen na základě stanovených kritérií, aby vyzkoušely Gerber produkty.

**Distribuce:** Každé testerce byl zaslán balíček se čtyřmi různými příchutěmi.

**Zpětná vazba:** Po 14 dnech testování uživatelky vložily své recenze na Produktovou stránku, kterou jsme vytvořili v Centru recenzí na Modrém koníku.

**Výsledky:**

Počet recenzí	Zásah na koníku	Zásah na soc.sítích	Počet zobrazení
38	71 575	67 867	161 050

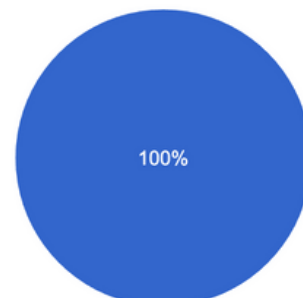


## Po kampani jsme se testerů zeptali:

Po tom, co jste měli možnost vyzkoušet kaše Gerber, **koupíte si je znovu** i s ohledem na vyšší cenu?



Máte po testování Gerber kaše tendenci **koupit si i další produkty** této značky?



## Hodnocení kampaně klientem

*“Spolupráce s Modrým koníkem nám přinesla hezké fotky, možnost představit nové produkty. Modrý koník se odlišuje od konkurence silnou audience a důvěryhodností.”*

Gabriela Ditrichová, Brand manager, Nestlé

