

Název přihlášky:

# Z Facebooku se T-Mobilu nejlíp vybíhá

Výsledky:

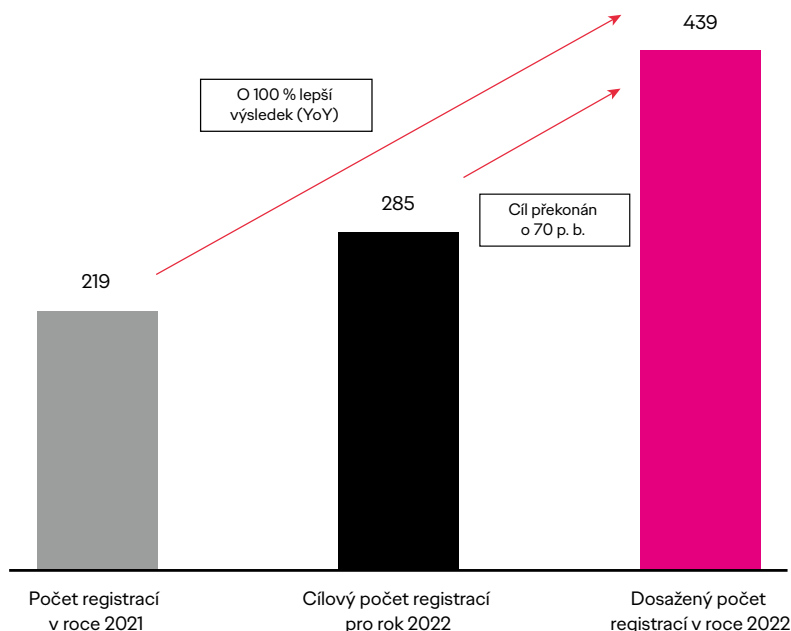
Standardní fázování přineslo vynikající výsledky a potvrdilo tak, že efektivní social media se dají dělat se standardními rozpočty a vysokým výkonem, pokud se respektují základní pravidla social platformem a k uživatelům se přistupuje s vědomím toho, jak obsah konzumují.

Podarilo se nám zasáhnout většinu cílové skupiny a výsledky byly ve srovnání s ostatními letošními kampaněmi TMCZ nadprůměrné. Především jsme však překonali loňský výsledek, a to nejen v počtu registrací na TOB (2× více), ale i v ceně za jednu registraci (lepší o 27 %).

## 1) Zvýšit počet registrací získaných prostřednictvím kampaně na sociálních sítích o 30 %.

V roce 2021 byl počet registrací 219. Naším úkolem bylo zvýšit toto číslo o 30 %, tedy na 285 registrací. Se stejnou mediální investicí jako v roce 2021 jsme ale dokázali počet registrací zvýšit na 439. V porovnání s rokem 2021 jsme tedy počet registrací zvýšili o 100 %. Stanovený cíl (30 %) jsme tedy překonali o 70 p. b.

Porovnání počtu registrací (2021 vs. cíl vs. dosažený počet registrací 2022)

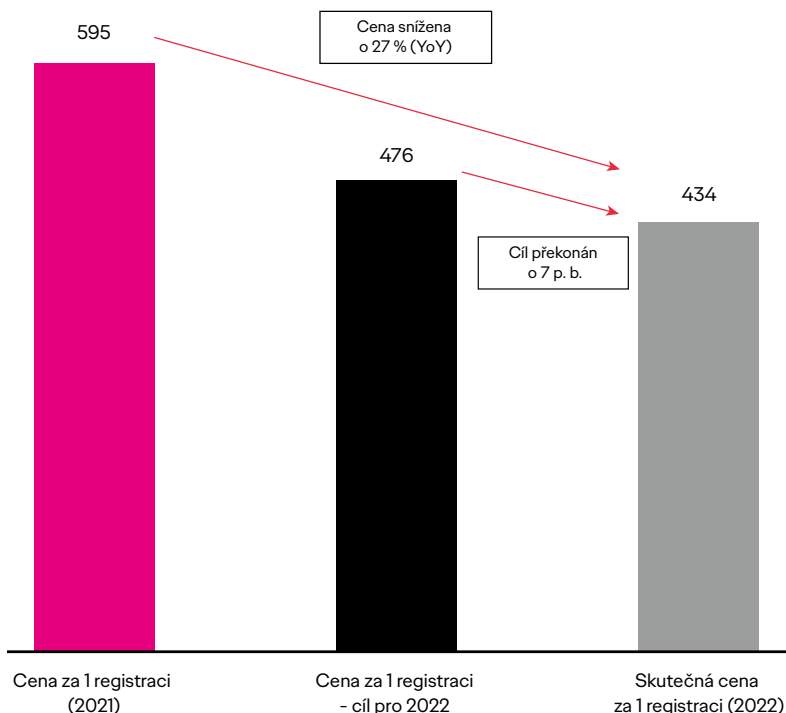


Zdroj: Interní data

## 2) Snížit cenu za registraci o 20 %.

Cenu registrace jsme snížili z 595 Kč za jednu registraci na 434 Kč. Cenu za registraci jsme tedy snížili o 27 % a cíl tak překonali o 7 p. b.

Porovnání ceny v Kč za jednu registraci (2021 vs. cíl vs. skutečná cena pro 2022)

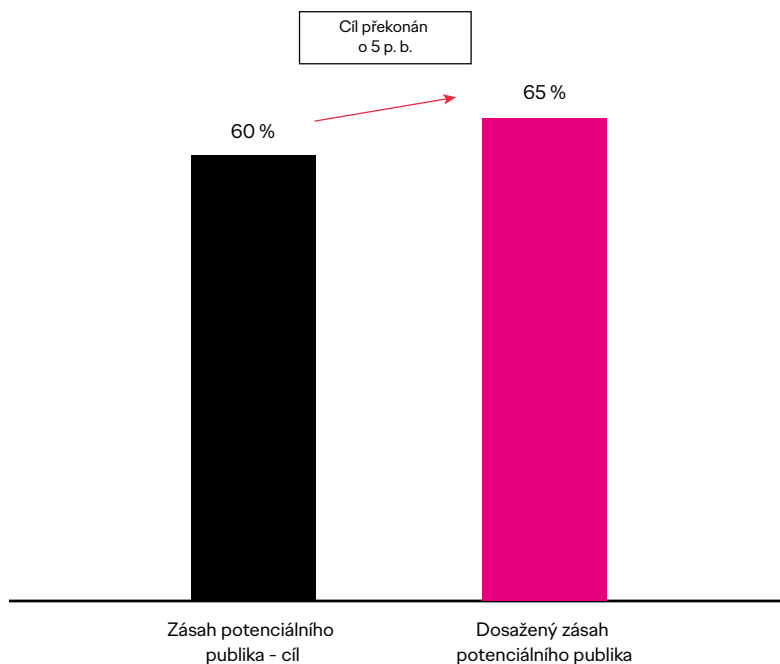


Zdroj: Interní data

## 3) Prostřednictvím kampaně zasáhnout 60 % potenciálního publika v ČR (600 000 lidí ve věku 18–65 let) .

Cílenou kampaní jsme na sociálních sítích (FB/IG) zasáhli celkem 649 728 lidí (cíl 600 000 lidí jsme tak překonali o téměř 50 000 lidí). S frekvencí 6 jsme tak v kampani dosáhli celkově téměř 4 000 0000 zobrazení (3 938 626). Na registrační web jsme z kampaně přivedli 6 288 návštěv. Z potenciálu 1 000 000 lidí jsme tak zasáhli téměř 65 % lidí.

Zásah potenciálního publika cíl vs. dosažená hodnota zásahu (v %)



Zdroj: Business Manager

Celkový zvýšený počet registrovaných běžců (2021 – 71 130, 2022 – 73 146) měl i další pozitivní efekt, neboť se pro Olympijskou nadaci podporující znevýhodněné děti v jejich sportovních aktivitách podařilo vybrat 619 630 Kč, což je o 90 320 Kč více, a to se nejvíc počítá :-).