

VYHODNOCENÍ KAMPANĚ

Nestůj, cestuj obytňákem!

Centrála cestovního ruchu

jižní morava

KONCEPT KAMPANĚ



Tři influenceři vyrážejí postupně na čtyřdenní výlety vybaveným obytňákem. Každý itinerář jsme sestavili podle zaměření jednotlivých tvůrců. První ukazuje hlavně přírodní krásy a historii, druhý tradice Slovácka a třetí představí zejména architekturu a adrenalinové zážitky.





CÍLE KAMPANĚ

- NABÍDNOU ALTERNATIVU CESTOVÁNÍ S OHLEDEM NA LETNÍ VYTÍŽENOST UBYTOVACÍCH SLUŽEB V REGIONU
- UKÁZAT MOŽNOSTI CESTOVÁNÍ OBYTŇÁKEM A TAKÉ PŘEDSTAVIT LOKALNÍ PRODUCENTY
- VYGENEROVAT UNIKÁTNÍ OBSAH K PROPAGACI AKTIVNÍ DOVOLENÉ

SHRNUTÍ KAMPAŇĚ I.

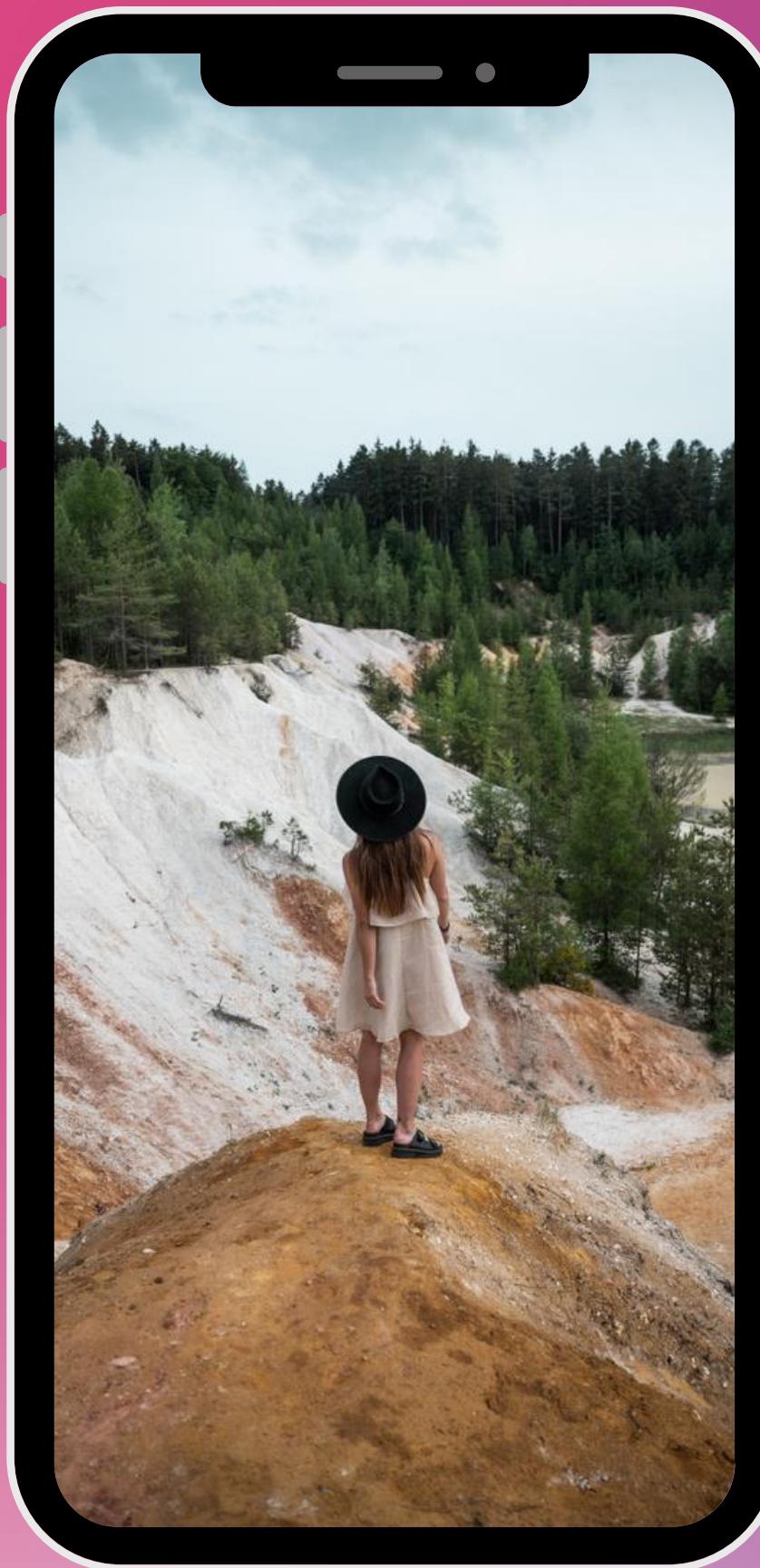
3 posádky s influencery publikovaly celkem 258 ks obsahu na Instagramu.



→ **13 IG postů**

→ **240 stories**

→ **5 reels videí**



SHRNUTÍ KAMPANĚ II.

1.461.037



Celkový zásah (REACH) kampaně

Téměř milion a půl lidí vidělo kampaňový obsah u všech tří tvůrců.

21.692



Celkový ENGAGEMENT kampaně

Tolik lidí komentovalo, lajkovalo, uložilo si nebo sdílelo zveřejněný obsah tří tvůrců.

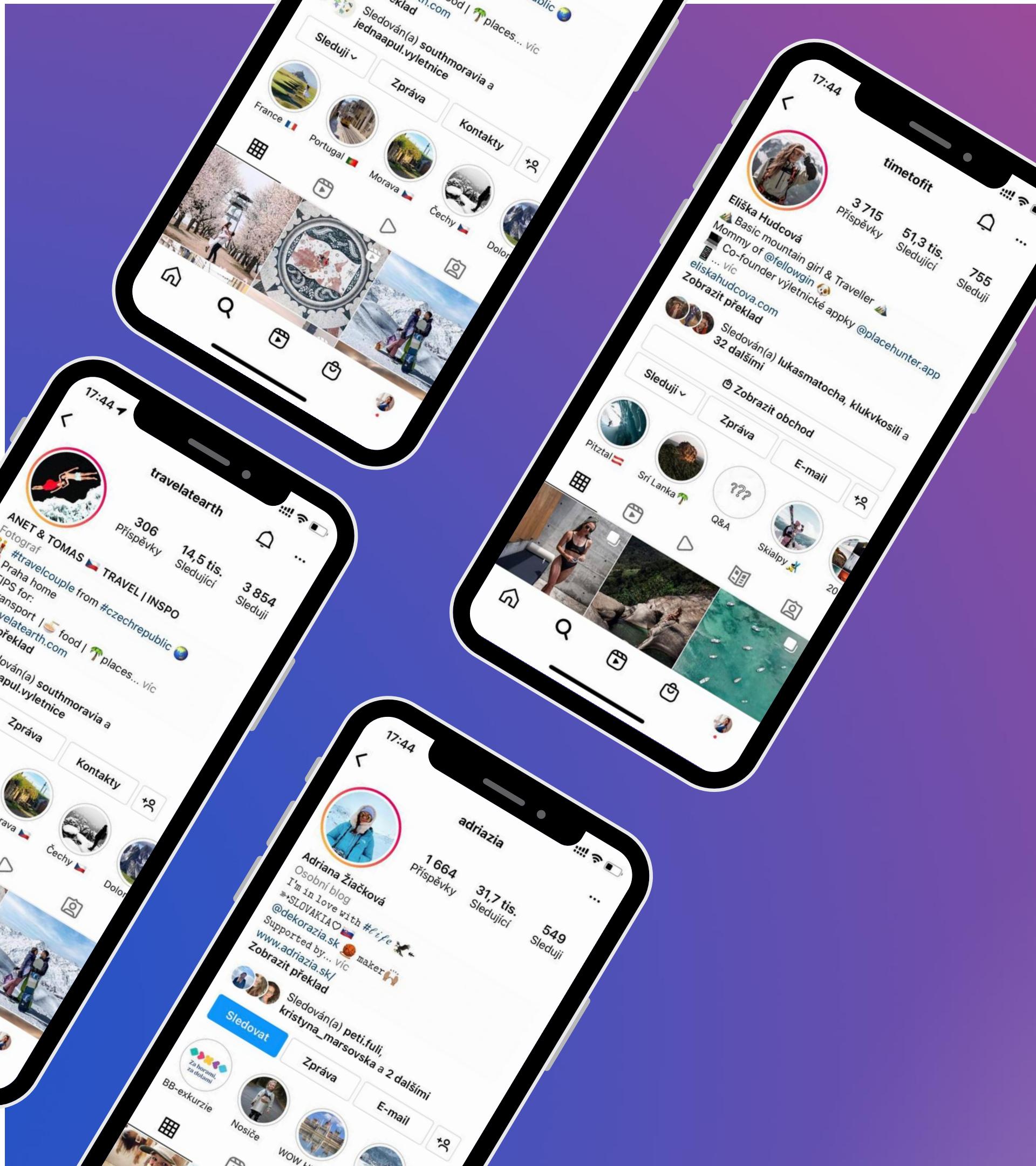
4,8 mil. Kč



POI

Potenciální výnosnost kampaně

NÁKLADY & DATA



Náklady CCRJM:

POI* (Potenciální útraty lidí zasažených sociálními sítěmi):

89.000 Kč bez DPH

\$ 200.386 (4,8 mil. Kč)

*spočítáno podle metodiky Destination Think.

$$\text{POI} = \text{Cv} \times \text{Ci} \times \text{Mq}$$

Cv = průměrná útrata ČR turisty/den (1113 Kč = \$ 46,45) x počet dnů kampaně (kalkulováno s celými 9 dny)

Ci = procento účinnosti jednotlivé sociální sítě na nákup, pro Instagram = 2,21%)

Mq = součet všech interakcí na sociální síti (engagement)

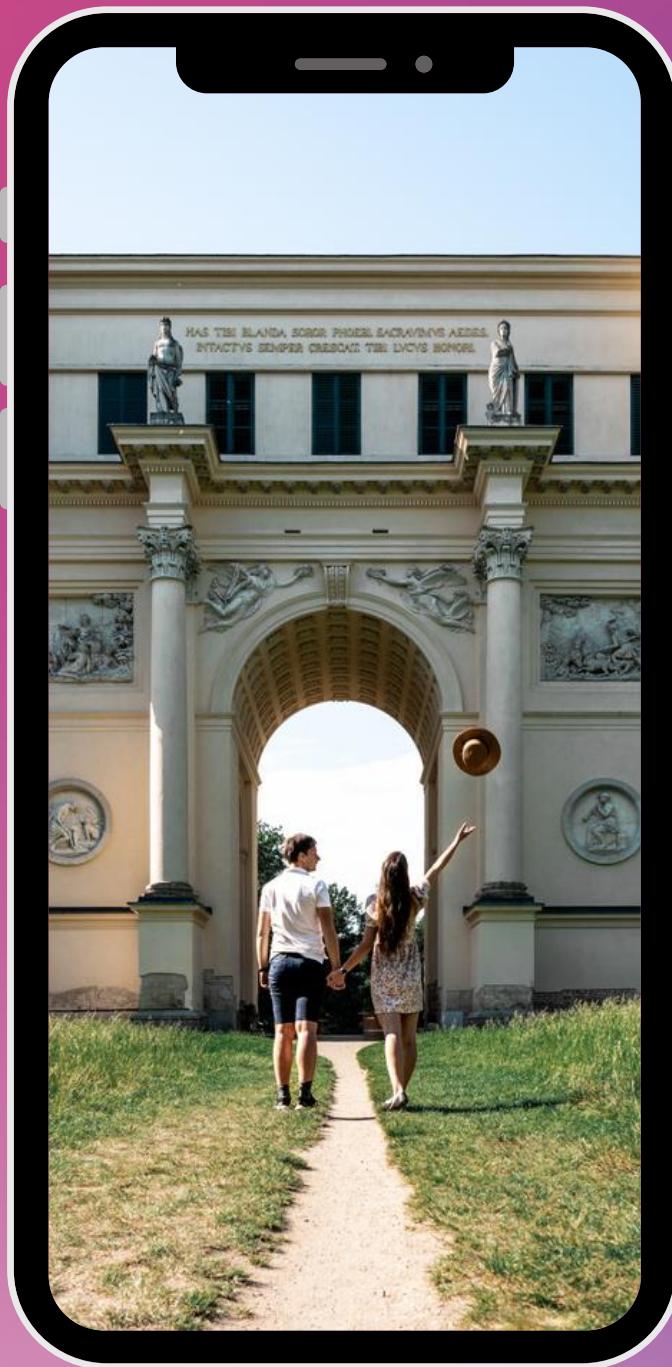
SHRNUTÍ KAMPANĚ III.

• • •

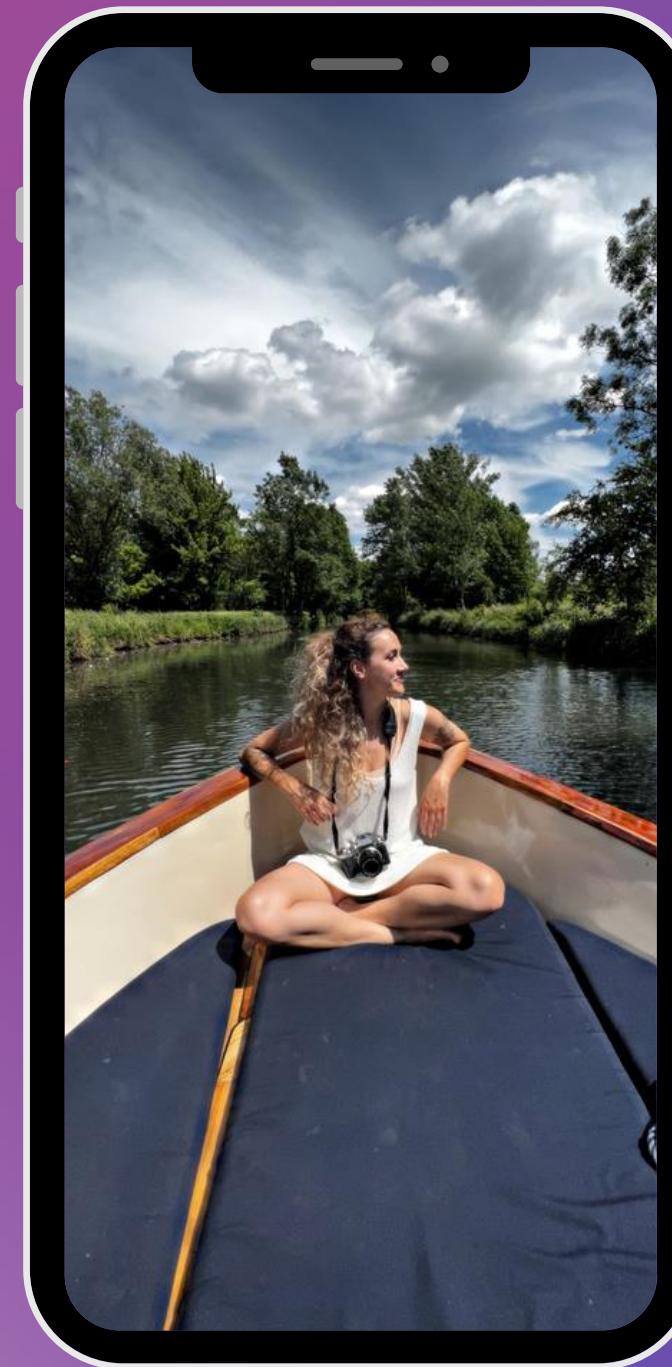


- Influenceři vytvořili celkem 430 ks fotografií.
- Ze 3 výletů vzniklo jedno propagační video představující roadtripovou turistiku.
- Nabídka webu jizni-morava.cz byla doplněna o 3 nové blogové články s itineráři pro inspiraci, které se dále propagují v rámci letní kampaně Nestůj, cestuj!

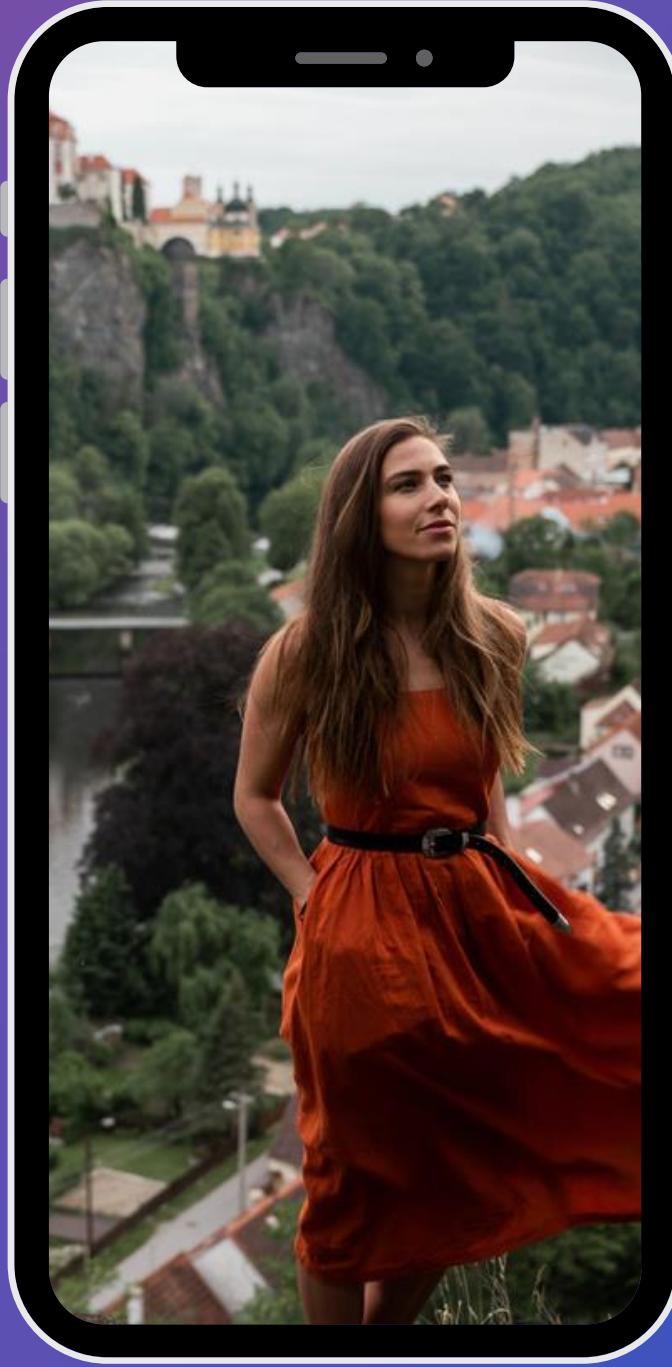
TVÁŘE KAMPANĚ



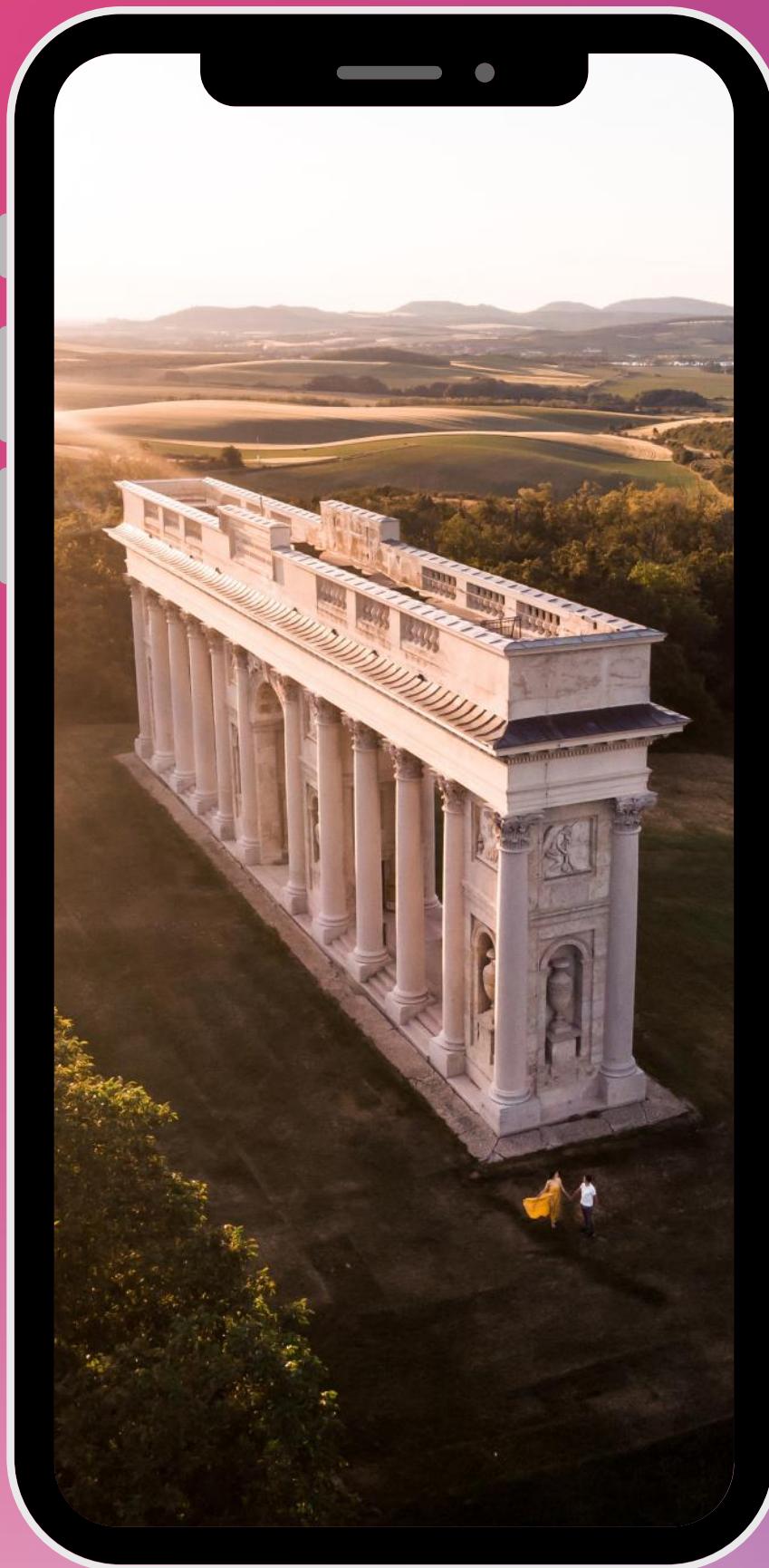
Aneta a Tomáš
@travelatearth



Adriana Žiačková
@adriazia



Eliška Hudcová
@timetofit



Aneta a Tomáš

@travelatearth

"Cestovatelský pár, který objevuje celý svět.
Jejich libůstkou jsou epické fotografie z
dronu."

nejúspěšnější post



1817



114



TOTAL REACH

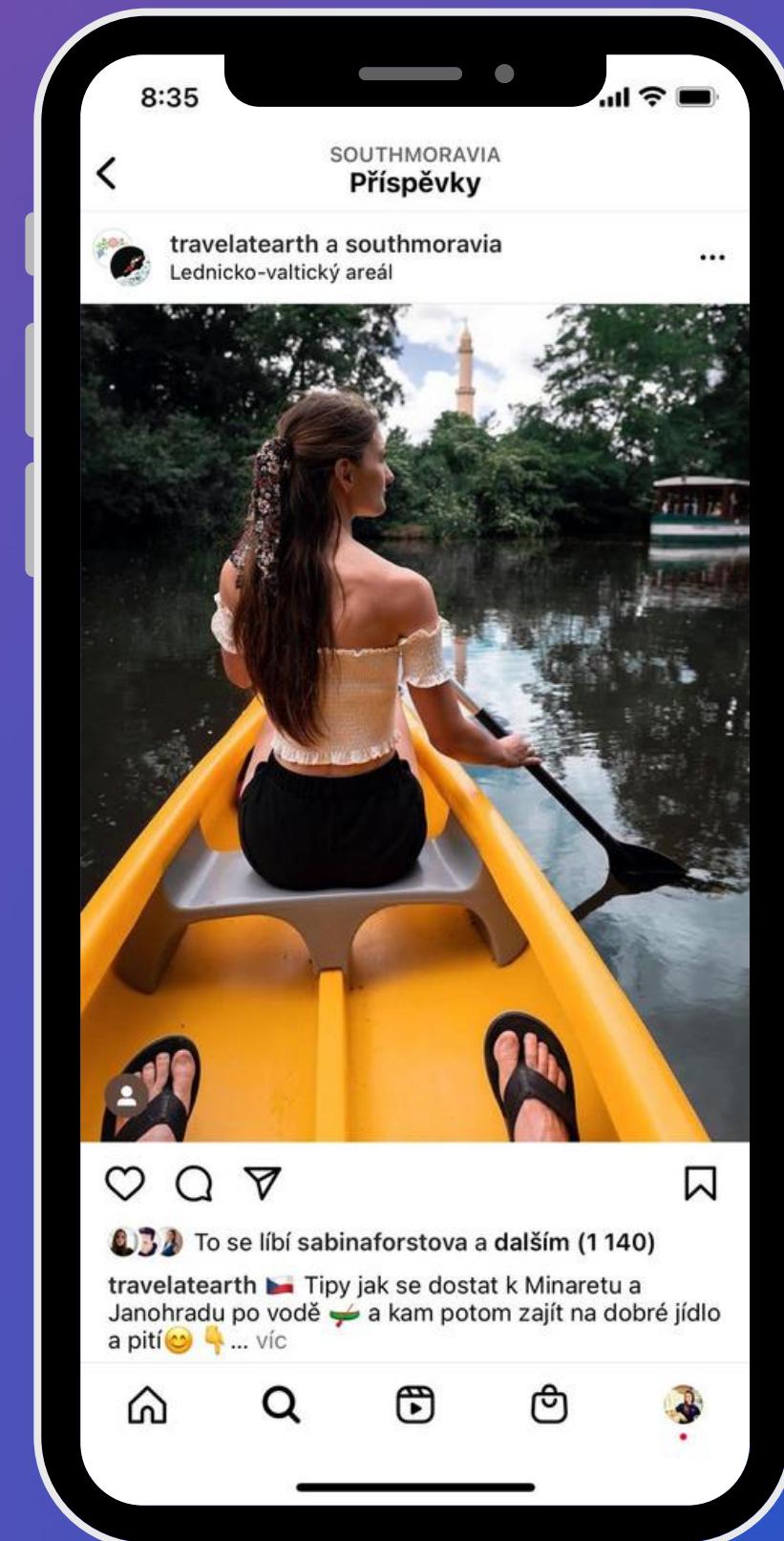
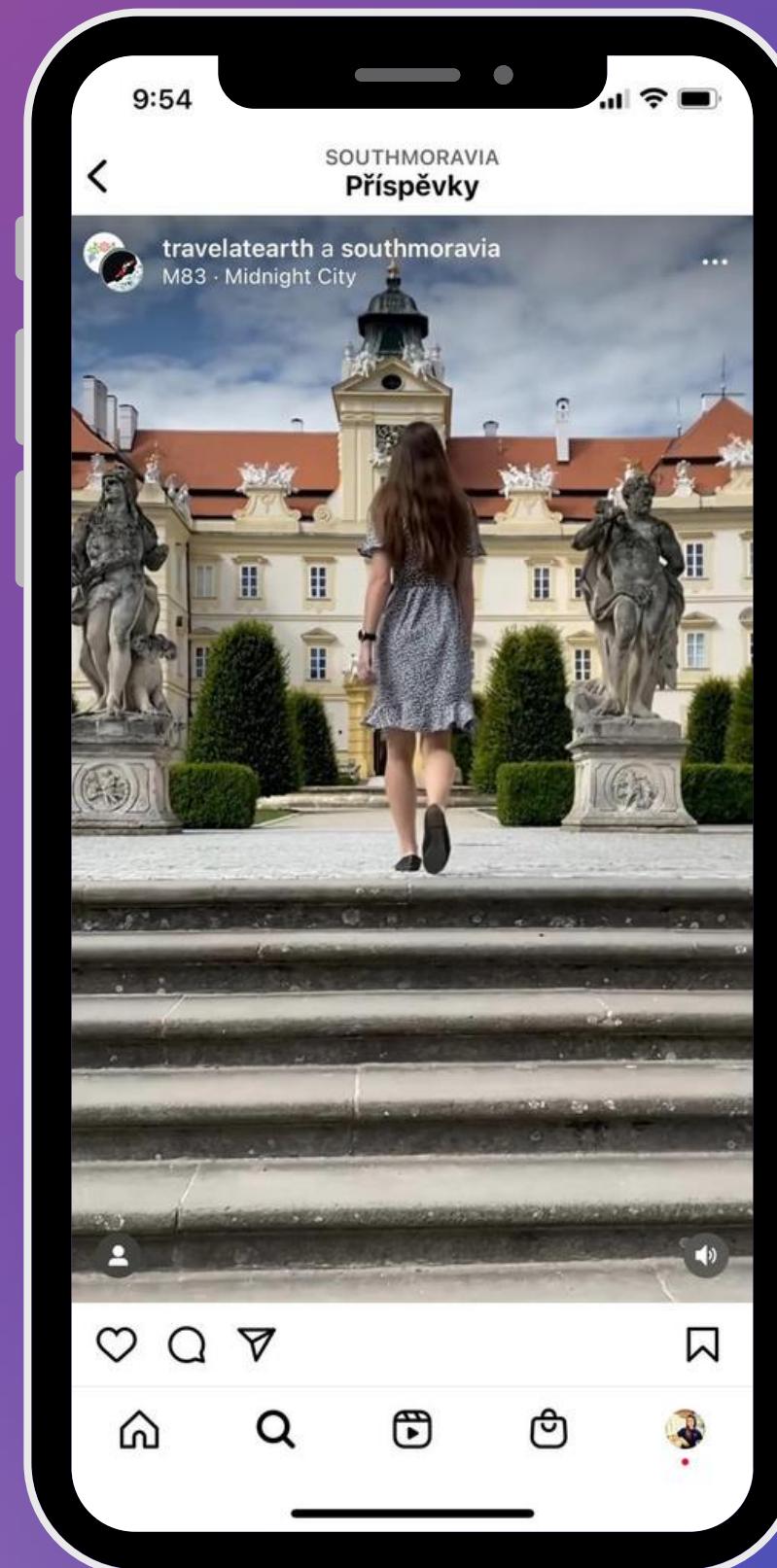
POSTS 97.250

REELS 46.336

STORIES 25.033

CELKEM 168.619

● ● ● @travelatearth





Adriana Žiačková

@adriazia

32,3 tisíc sledujících

"Slovenská blogerka se slabostí pro svou rodinu, folklor a rukodělné práce. Na trip obytňákem vyrazila s partnerem a 4letým synem."

nejúspěšnější post



1067



9



TOTAL REACH

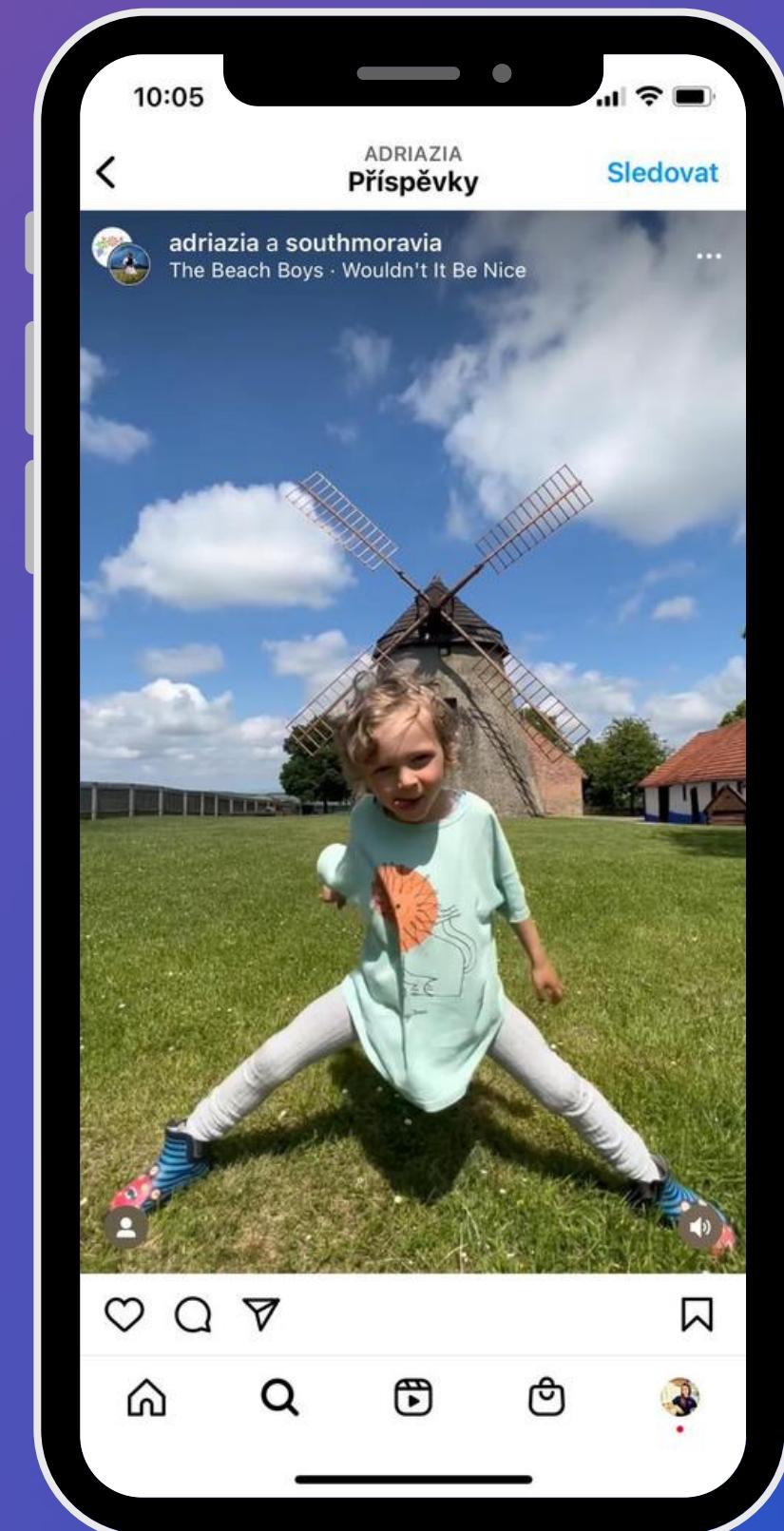
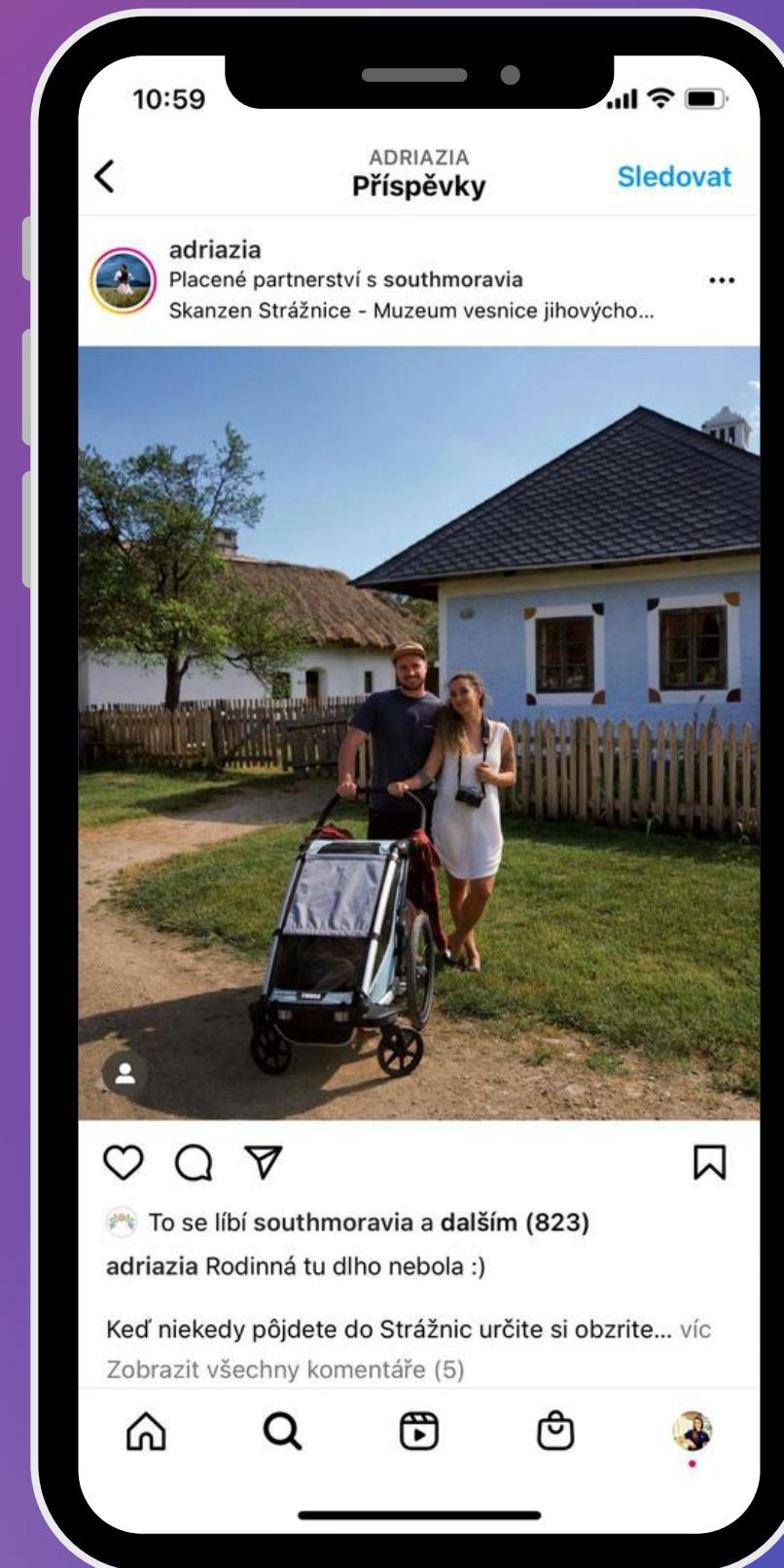
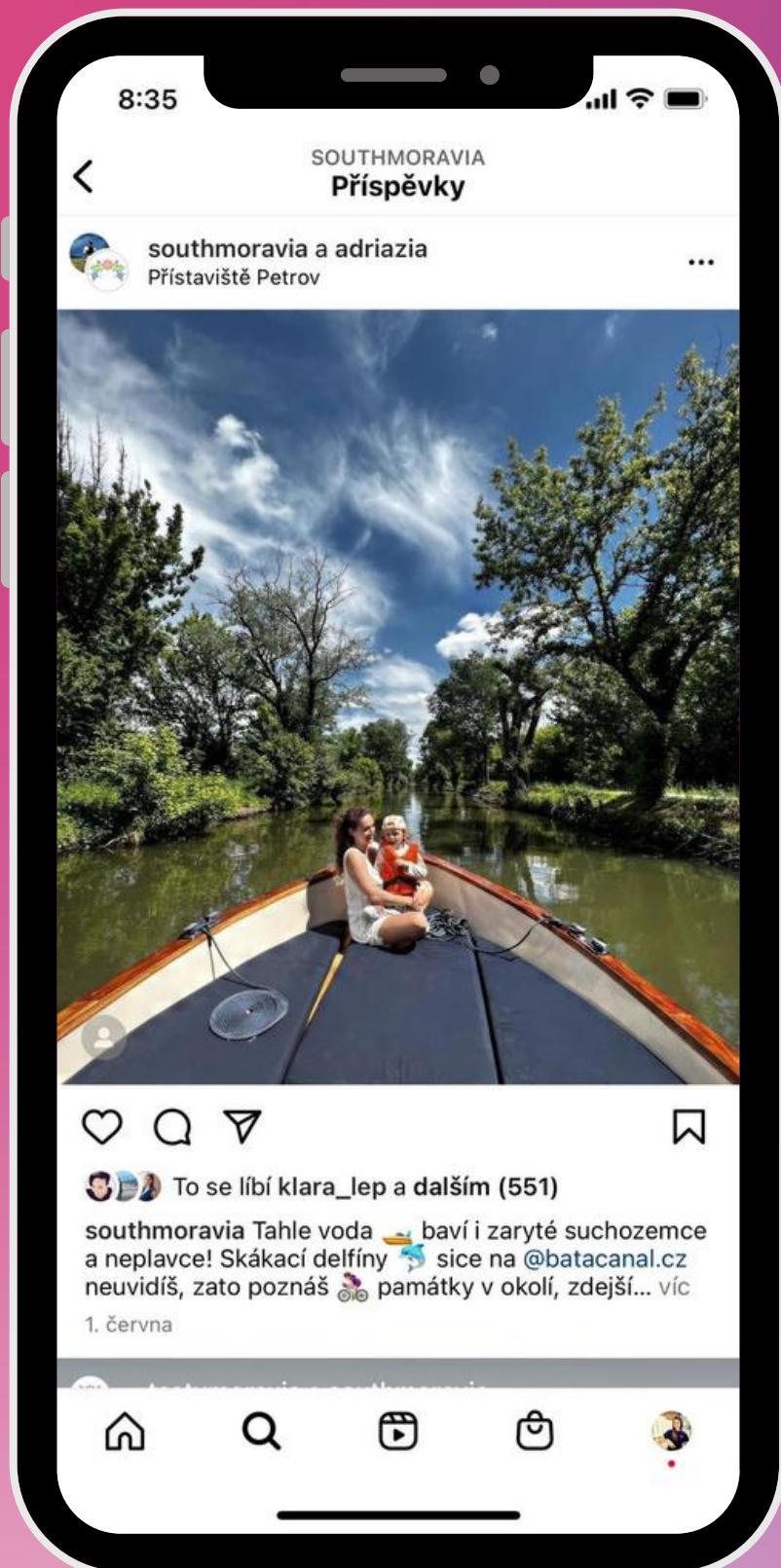
POSTS 56.913

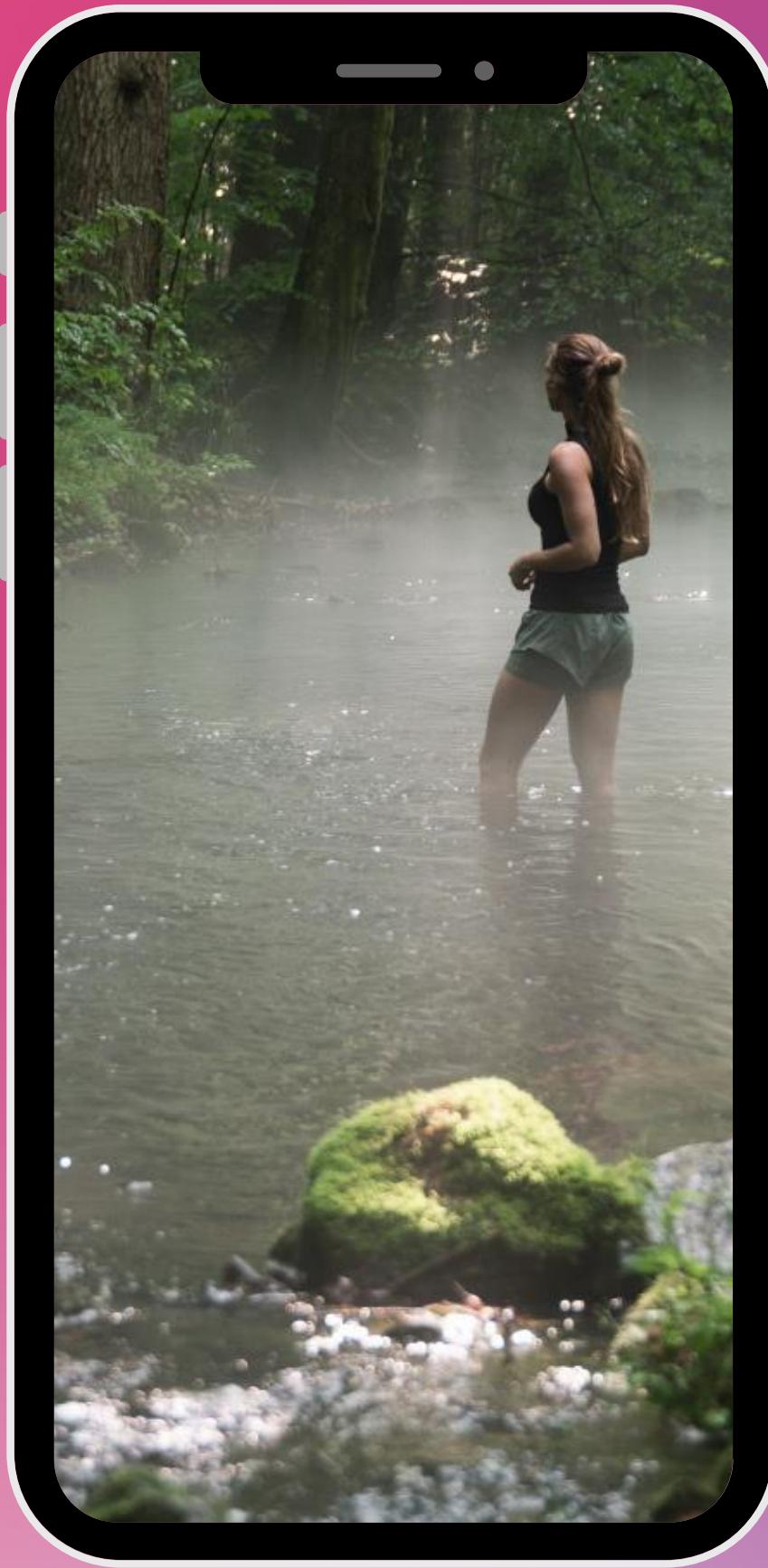
REELS 30.620

STORIES 289.140

CELKEM 376.673

● ● ● @adriazia





Eliška Hudcová

51,9 tisíc sledujících

@timetofit

"Milovnice hor a spoluzakladatelka výletnické appky Placehunter.
Na cesty vyráží s přítelem Jardou."

nejúspěšnější post



1561



11

TOTAL REACH

POSTS 68.768

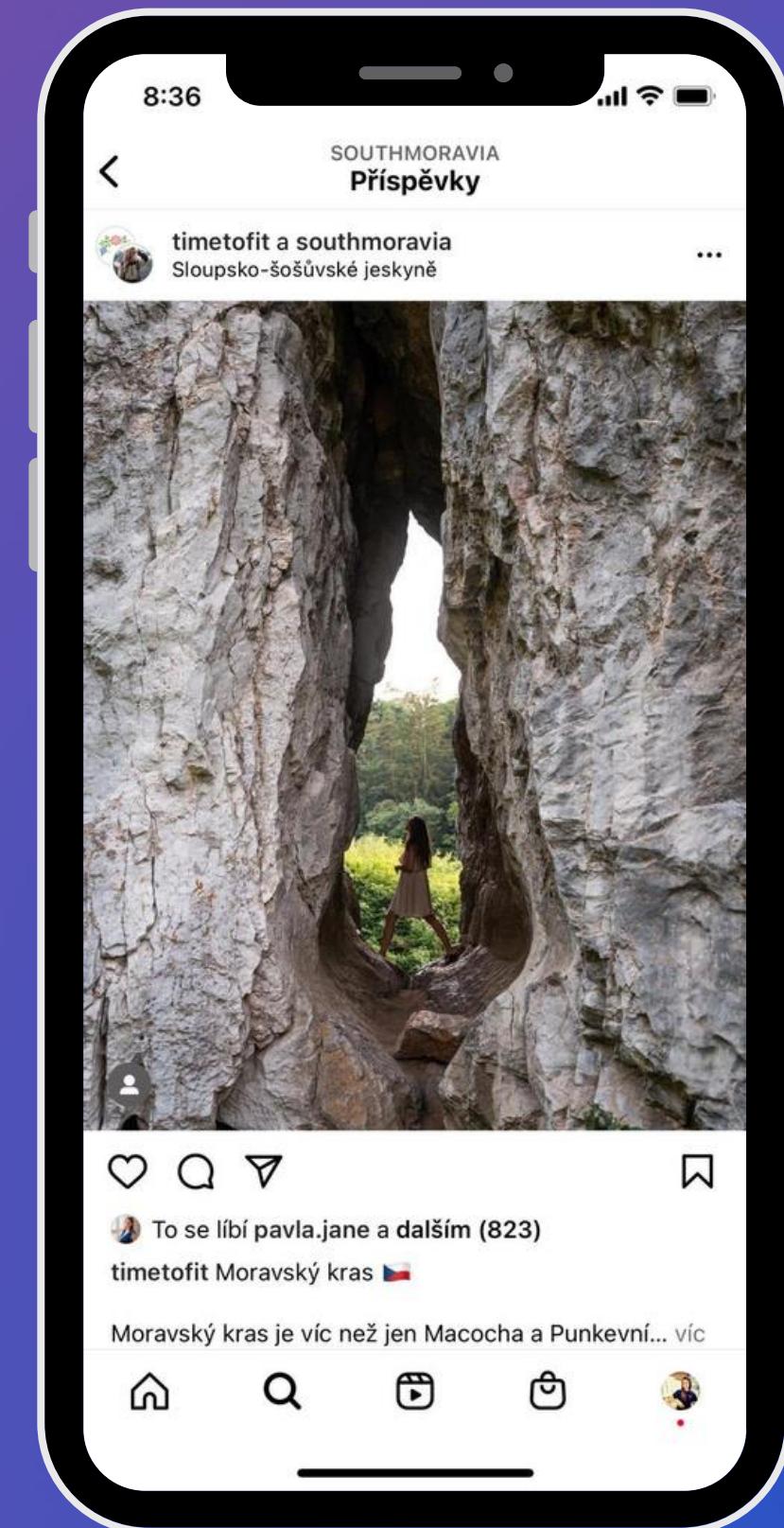
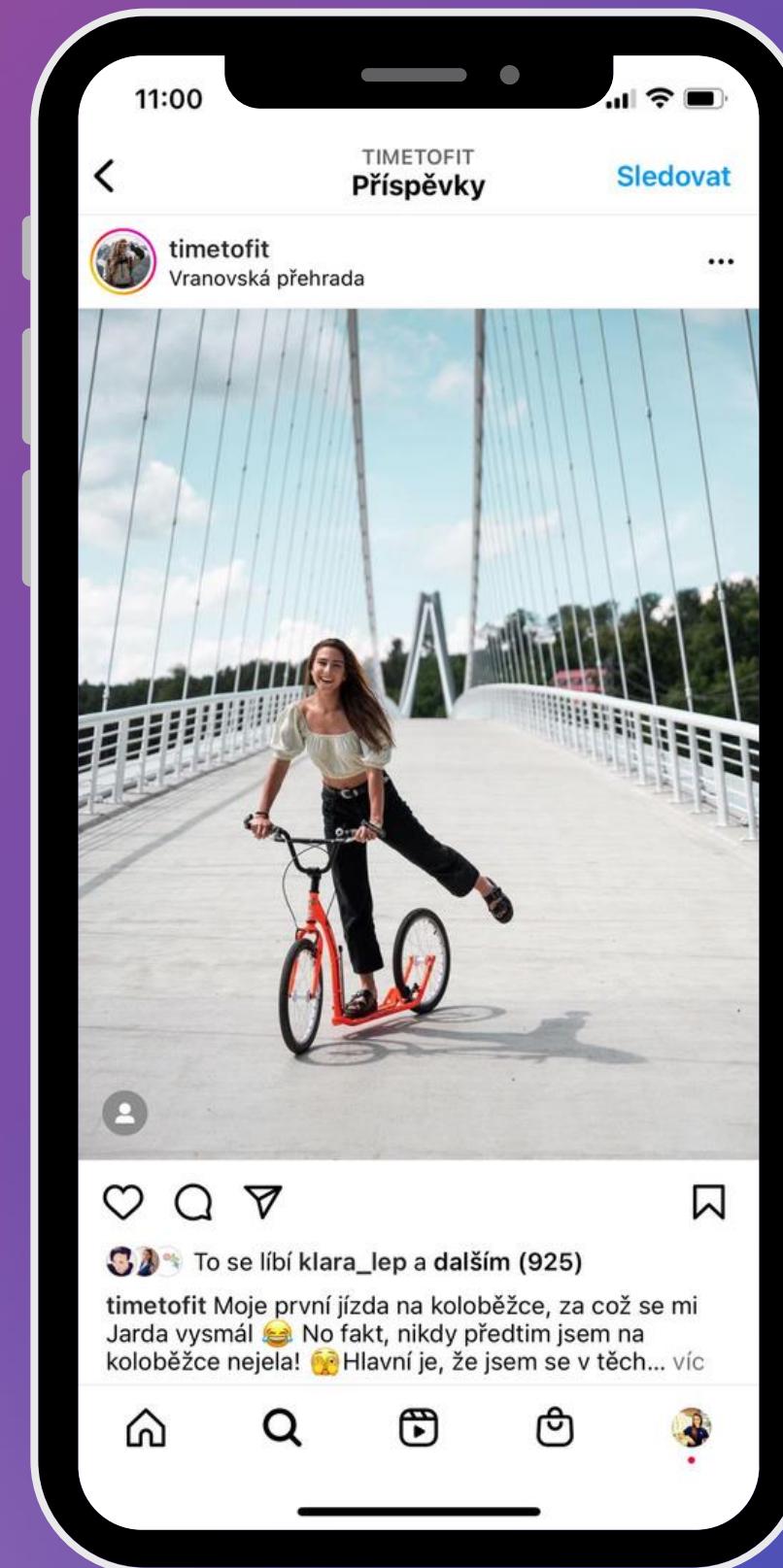
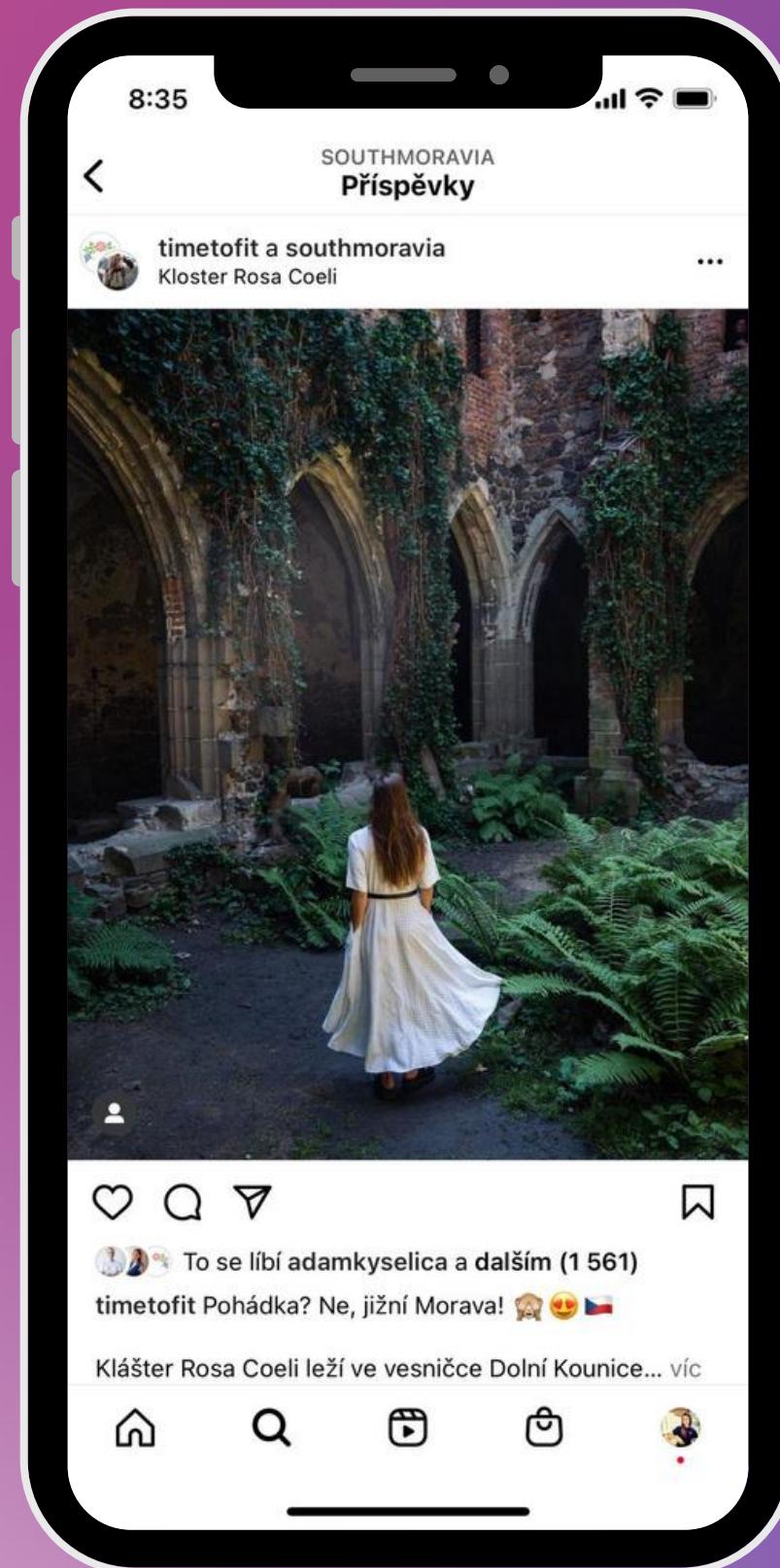
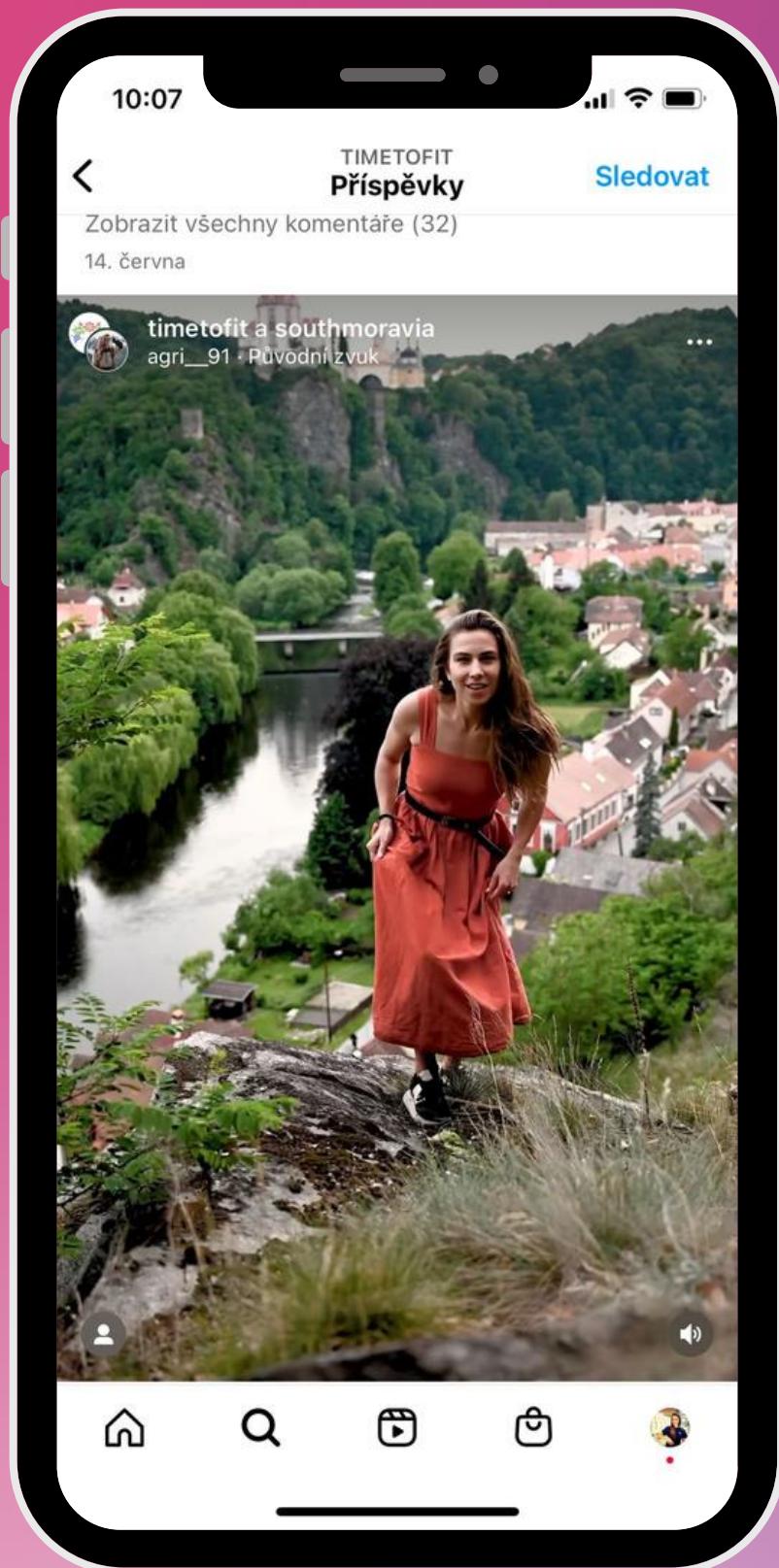
REELS 35.949

STORIES 811.028

CELKEM 915.745



@timetofit



STATISTIKY TAKEOVERU I.

s @travelatearth

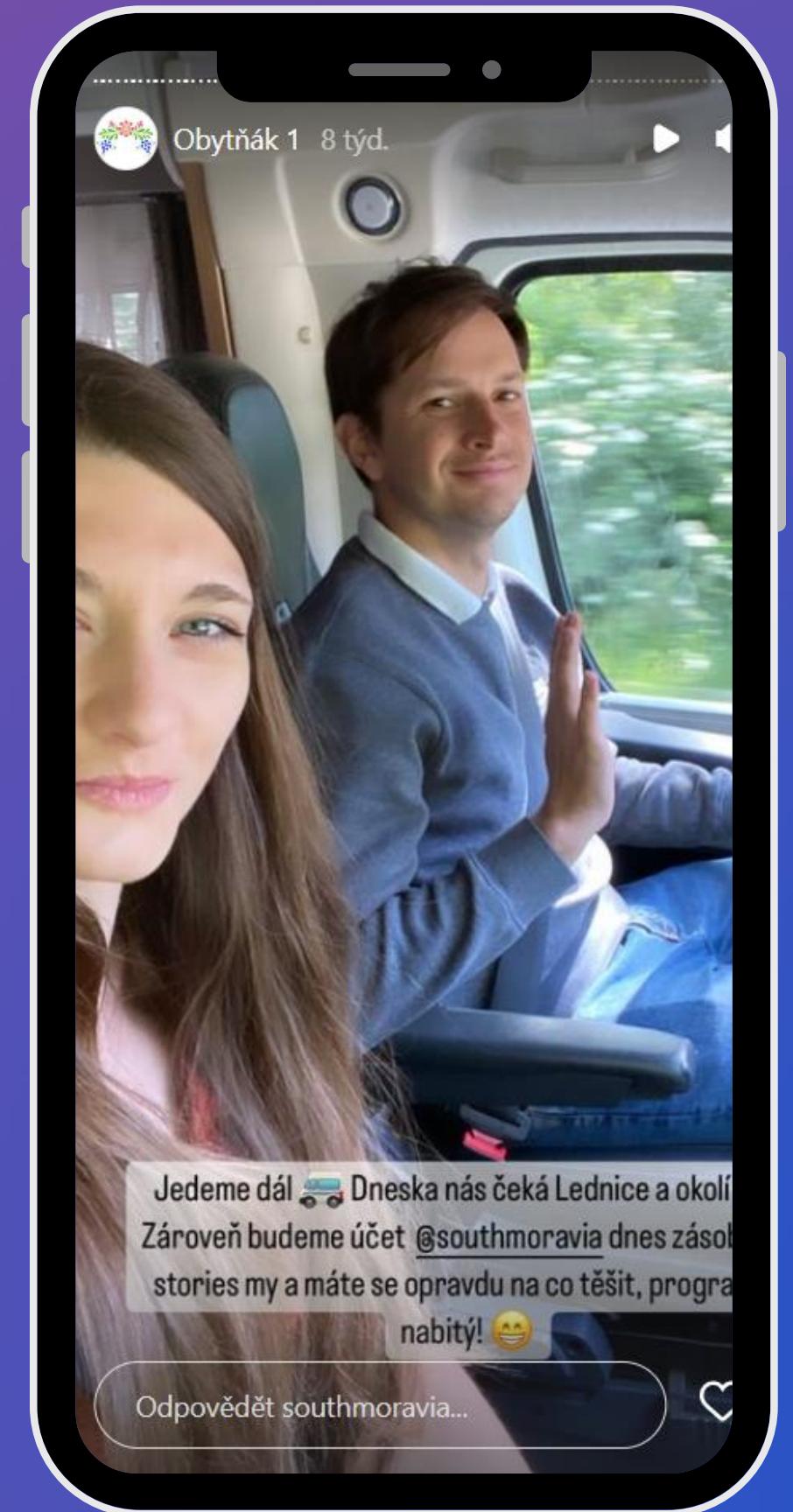
Po dobu výletu každý tvůrce přebral správu i nad IG profilem @southmoravia

POČET STORIES: 28

REACH: 42.972

IMPRESSIONS: 43.828

STICKER TAPS: 413



STATISTIKY TAKEOVERU II.

s @adriazia

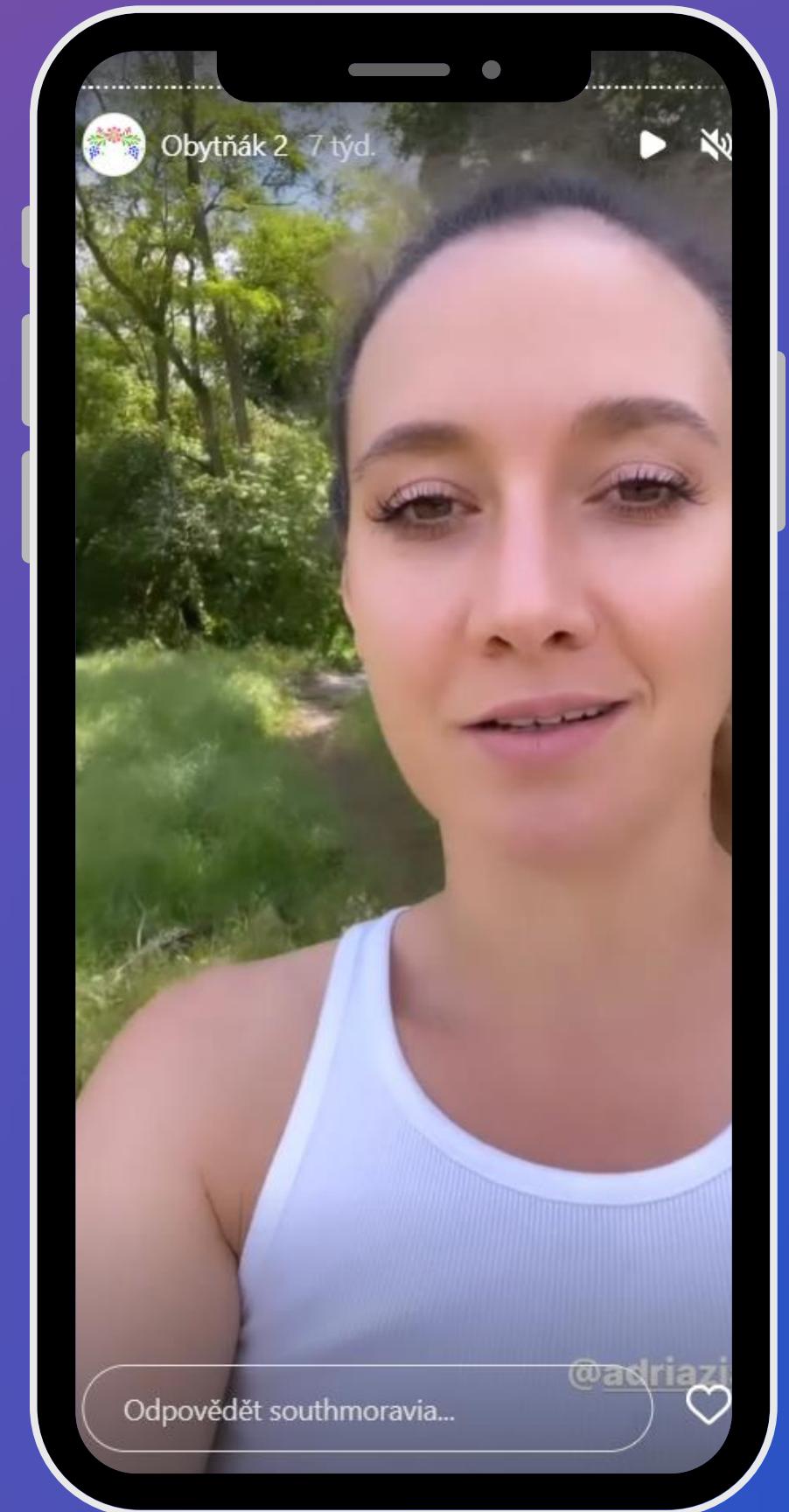
Po dobu výletu každý tvůrce přebral správu i nad IG profilem @southmoravia

POČET STORIES: 26

REACH: 20.294

IMPRESSIONS: 20.711

STICKER TAPS: 66



STATISTIKY TAKEOVERU III.

s @timetofit

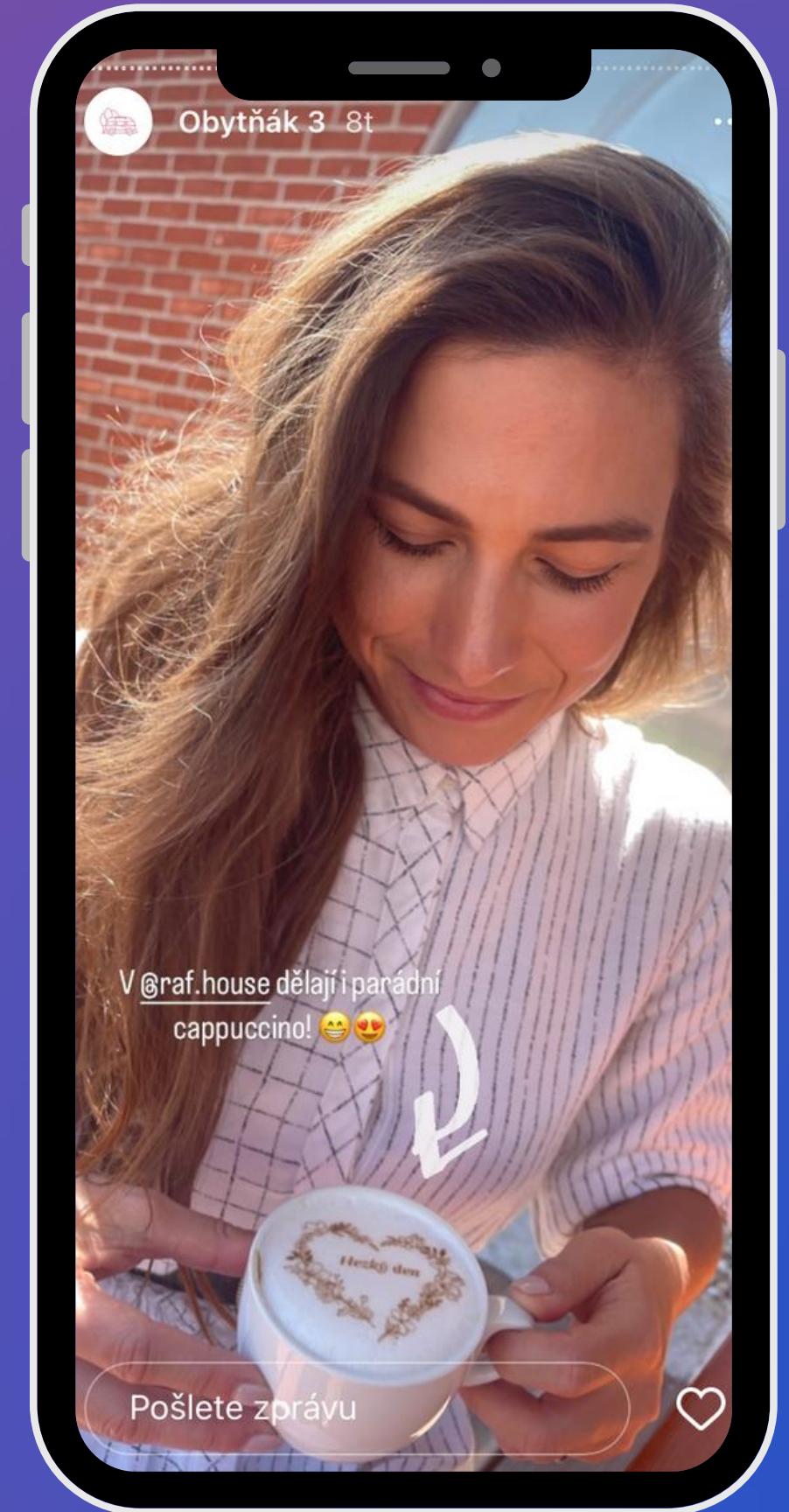
Po dobu výletu každý tvůrce přebral správu i nad IG profilem @southmoravia

POČET STORIES: 23

REACH: 34.697

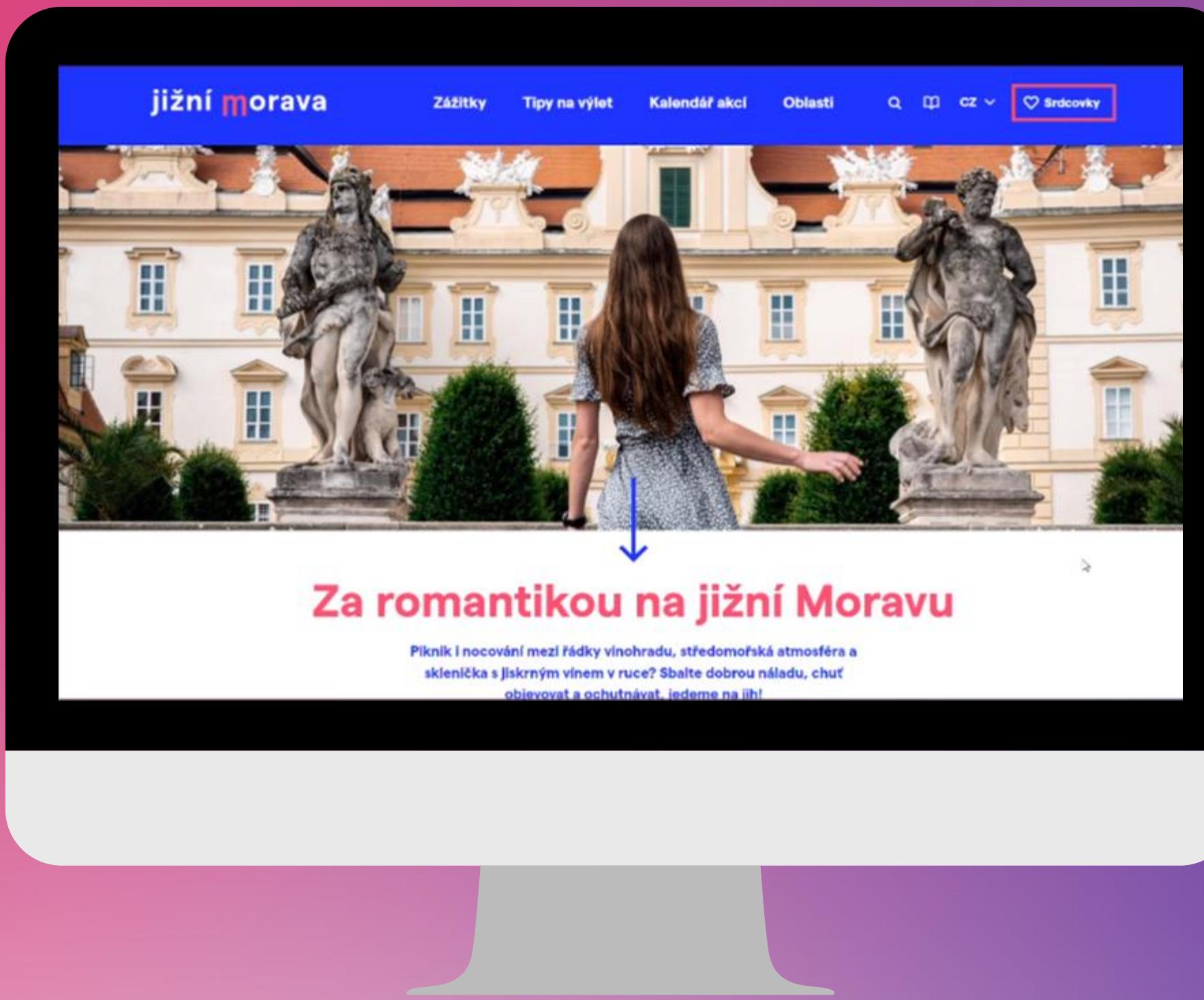
IMPRESSIONS: 35.235

STICKER TAPS: 413



VÝSLEDNÉ PROPAGAČNÍ VIDEO





ITINERÁŘE NA BLOGU

jizni-morava.cz/cz/nestuj-cestuj/na-ctyrech-kolech/

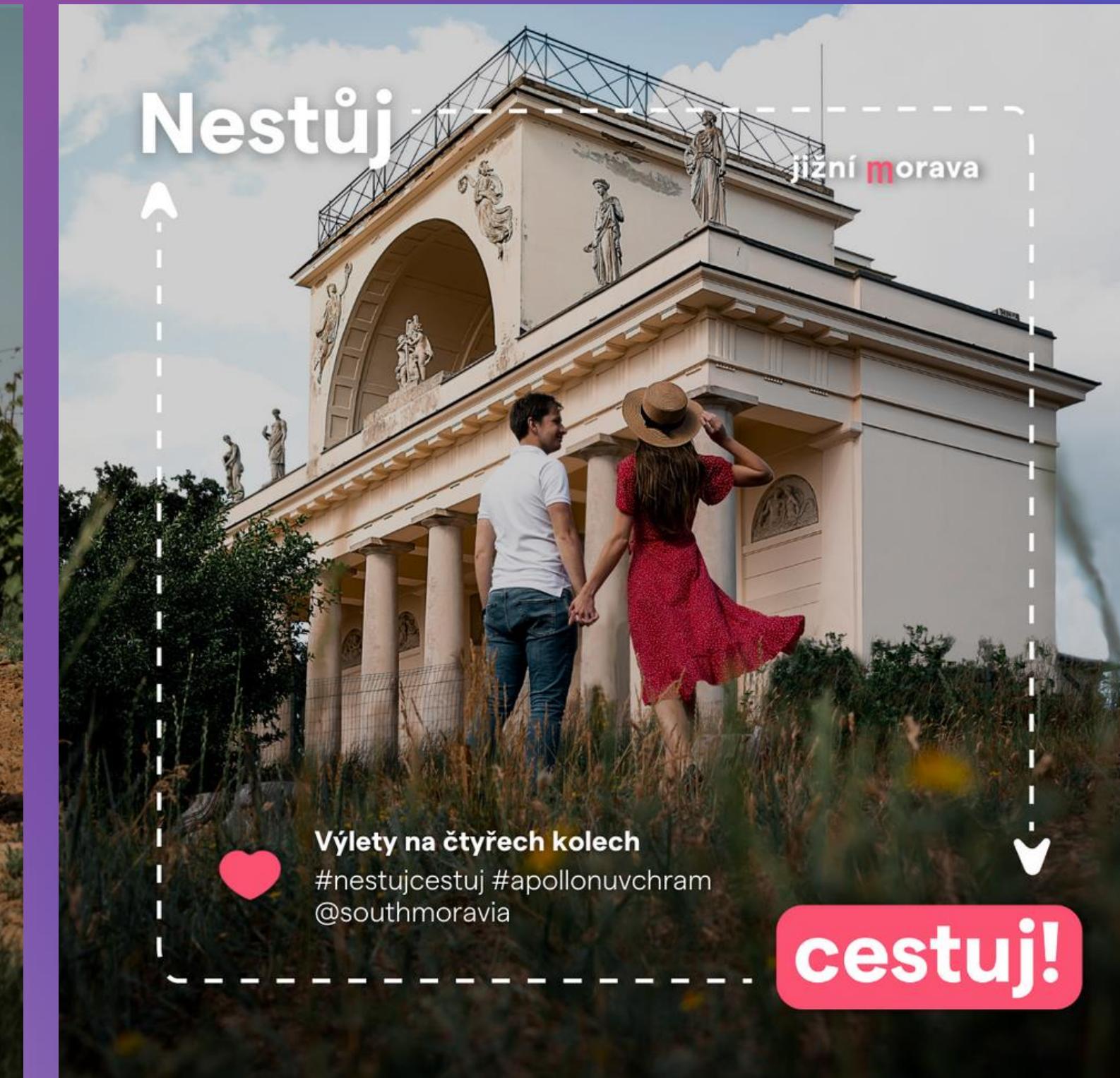
Všechny 3 itineráře jsou zveřejněny ve formě blogových článků na našem webu.

Inspirujte se, kam vyrazit na výlet! Ať už s obytnákem, nebo bez něj.

rozbali to

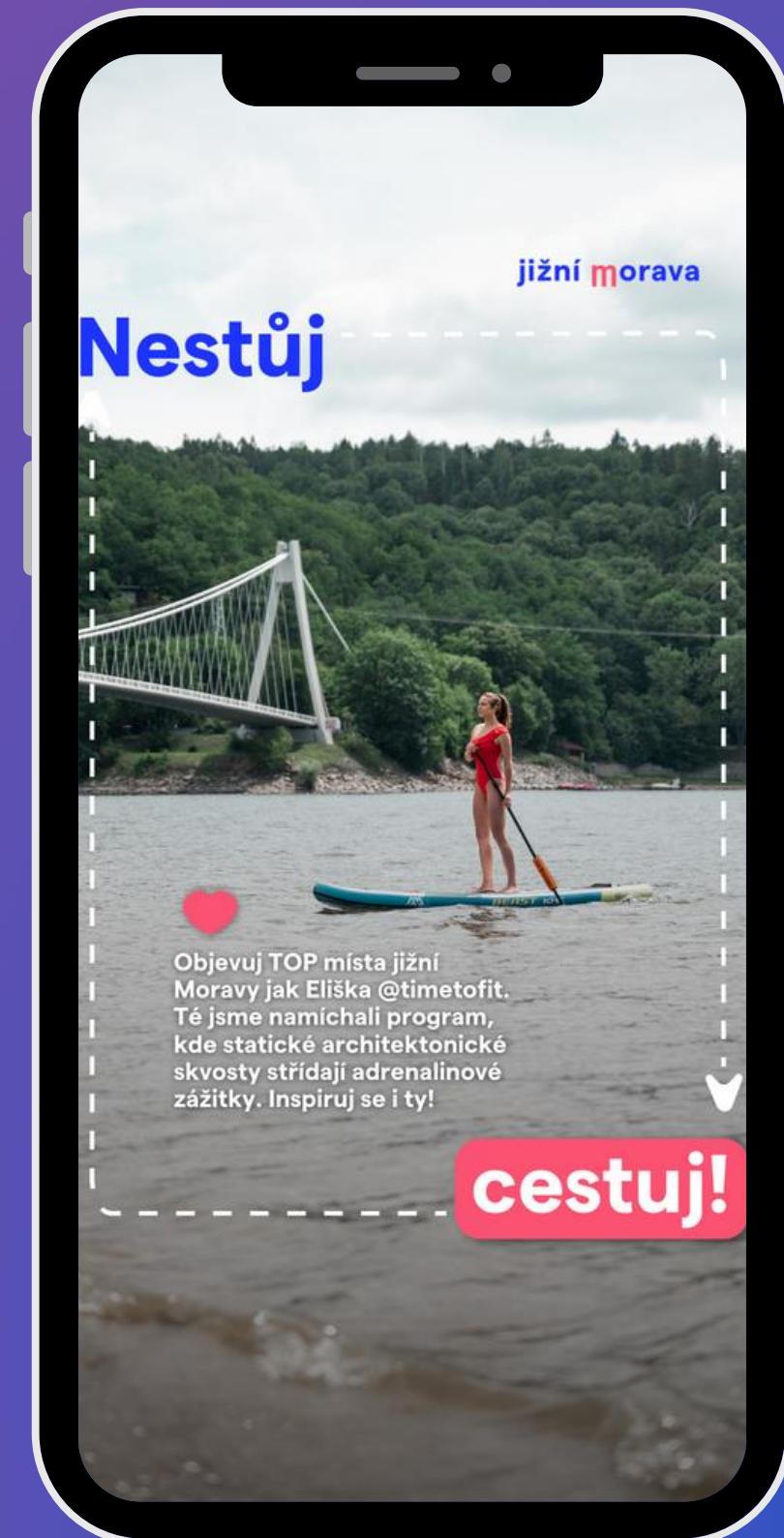
REKLAMY

Navazující podpora výstupů v rámci letní online kampaně Nestůj, cestuj!



REKLAMY

Navazující podpora výstupů v rámci letní online kampaně Nestůj, cestuj!



NA PROJEKTU SE PODÍLELI



- Karavany Česko
- Farma Ráječek
- Levandule z Moravy
- Pivovar Dubňák
- Strážnický modrotisk
- Herůfek Chocolate
- Sýrárna Klimeš
- Smyslné dobroty
- Pražírna Kyjov

...a mnoho dalších podniků,
turistických cílů a kempů, kterým
tímo ze ❤ děkujeme.



DĚKUJEME ZA
POZORNOST

Centrála cestovního ruchu
jižní morava

