



RODZICE.PL

&

MRS.SPORTY

CASE STUDY



CEL KLIENTA:

Promocja konkursu/Pozyskanie leadów

MRS.SPORTY to sieć klubów fitness tylko dla kobiet.
Celem kampanii reklamowej w serwisie Rodzice.pl było dotarcie do mam, którym kończy się urlop macierzyński i zachęcenie ich do otwarcia własnego klubu.

DZIAŁANIA PO STRONIE KLIENTA

- Organizacja konkursu, w którym do wygrania było finansowanie otwarcia klubu dla jednej z mam;
- Przygotowanie strony www, na której odbywała się rejestracja uczestniczek konkursu (wygrajklub.pl);

DZIAŁANIA PO STRONIE RODZICE.PL

- Kompleksowe przygotowanie materiałów wideo (nagrania + montaż), które były wykorzystane w promocji konkursu: zarówno w serwisie Rodzice.pl (oraz social mediach), jak również na kanałach klienta;
- Stworzenie artykułów w serwisie Rodzice.pl, które opisywały zalety pracy „na swoim” oraz prezentowały wywiady z mami, które są już właścicielkami klubów MRS.SPORTY;
- Promocja wszystkich materiałów (wideo oraz tekstowych) na Fanpage’u Rodzice.pl (kampanie płatne i bezpłatne);

PRZYKŁADOWE VIDEO:

- bit.ly/2yGYFbl
- bit.ly/2yGUYmg

KONTAKT

RODZICE.PL



FINANSE
Konkurs! Wygraj własny klub sportowy i zmień swoje życie po urlopie macierzyńskim!

1 LISTOPADA 2017



ARTYKUŁY PARTNERSKIE:

- bit.ly/2AkiOAt
- bit.ly/2hlqsXQ

DZIAŁANIA KLIENTA POZA RODZICE.PL

Oprócz reklamy w naszym serwisie, klient zdecydował się równolegle na promocję w jednym z najbardziej ekskluzywnych magazynów papierowych dla kobiet (a także w jego serwisie internetowym).

Świadczenia u drugiego wydawcy:

- Tekst natywny w magazynie papierowym;
- Tekst natywny w serwisie online.

WYNIKI KAMPANII:

60% wszystkich zgłoszeń pochodziło z Rodzice.pl*

2,5x niższy koszt pozyskania leada**

* Nie wiadomo ile z pozostałych 40% jest zasługą działań drugiego wydawcy (nie sposób policzyć prasy, a artykuł online nie miał zainstalowanego śledzenia konwersji), a ile to zasługa promocji wideo przygotowanego przez Rodzice.pl przez MRS SPORTY na ich kanałach w Social Media;

** Przy optymistycznym założeniu, że wszystkie 40% pozostałych leadów pochodzą od drugiego wydawcy (klient szacuje, że było to około 20%);



DODATKOWO:

**Klient otrzymał prawa do materiałów wideo,
które może wykorzystywać w swoich kolejnych
kampaniach reklamowych.**

OPINIA KLIENTA:



„Dzięki temu, że wydawca od razu skupił się na właściwym celu kampanii, udało nam się stworzyć przekaz, który zwrócił uwagę odbiorcy. Dzięki cennym radom ze strony Rodzice.pl dostosowaliśmy działania marketingowe do oczekiwań użytkowników portalu.”

Paulina Kruszewska-Zelman (MRS.SPORTY, Marketing Manager)

OKREŚL NAM CEL SWOJEJ KAMPANII,
A MY ZAJMIEMY SIĘ RESZTĄ!



CHCESZ WIEDZIEĆ WIĘCEJ?



KONTAKT:

Dorota Hronda

tel.: 790 777 893

mail: dorota.hronda@rodzice.pl

