



iRobot®

BG-MAMMA

Цели на кампанията

- Да създадем **awareness and purchase consideration** за цялата гама от продукти на iRobot.
- Генериране на съдържание, което да разпали дискусия и да стимулира споделянето на **препоръки** за продуктите.
- Позициониране на iRobot като уред, гарантиращ повече **свободно време, без досадни домакински задължения.**



Таргет аудитория

- Жени, възраст 25 – 50, семейни с деца:
 - Фокусирани върху здравето и семейния уют
 - Натоварено ежедневие
 - Позитивни и влиятелни



Стратегия

- В BG-Матма има множество **влиятелни потребители**, които се ползват с **доверието** на общността заради мненията си и съветите, които дават.
- За да демонстрираме **преимущества** на iRobot избрахме механика, чрез която влиятелните потребители, които са убедени лично в качествата на уредите - самите те да станат **посланици на кампанията** във форума.
- Целта бе връзката между потребителите в BG-Матма и доверието, с което се ползват тези лидери на мнение да станат **основен двигател на комуникацията**, чрез които да достигнем до широката целева аудитория.



Изпълнение

Фаза I: Брандирана рекламна тема, включваща:

- ✓ Lifestyle текст ориентиран и представящ iRobot като верен партньор на съвременната жена, която се опитва да балансира между всичките си роли на майка, работеща дама, домакиня и жена, която заслужава повече време за себе си.
- ✓ Споделяне на информация за уредите на фокус, техните качества и предимства.
- ✓ Дискусия с потребителите с цел проучване на техните нагласи чрез въпроси и отговори.
- ✓ Периодично публикуване на видеа, представящи различните модели на iRobot.



Изпълнение

Фаза 2: Участие на „лидери на мнение“:

- ✓ В темата бяха представени трима, предварително избрани влиятелни потребители на форума, които вече притежават и харесват iRobot.
- ✓ Тримата потребители имаха ангажимент да споделят в темата своите впечатления от уредите си, информация как и защо са се спрели на тях, от колко време ги ползват и как те са променили ежедневието им.
- ✓ Потребителите имаха ангажимент да отговарят и на въпросите на останалите потребители в темата, свързани с техните iRobot устройства.



Изпълнение

Фаза 3: Банер позициониране в релевантни групи:

- ✓ Банер **Wallpaper** в desktop в таргетирани страници;
- ✓ Банер **inline video** в desktop и mobile в таргетирани страници;
- ✓ Банер **spin cube** в mobile в таргетирани страници.



Основни акценти и резултати

- ✓ В рамките на кампанията успяхме да достигнем до правилата таргет аудитория, търсеща повече свободно време за себе си и семейството.
 - Преглеждания на темата в рамките на кампанията: **19 811**
 - Уникални потребители (темата): **3 439**
- ✓ В хода на кампанията влиятелните потребители успяха да ангажират потребителите и да споделят ценни препоръки, съвети и мнения за продуктите. Това изгради и гарантира доверие към бранда.
 - Total Interactions (Engagement Statistics) – **1 894**



Основни акценти и резултати

- ✓ Благодарение на рекламната тема и на публикуваните видеа повишихме информираността на потребителите относно различните модели iRobot и позиционирането на iRobot като уред необходим на всяка една динамична жена.
- Генериране на **978** коментара в темата, под формата на дискусия
- Средно прекарано време на страницата: **00:01:07**
- Кликове към сайта: **2 158** (вграден линк в темата и банер позициониране)
- Video plays: **553** (topic videos)
- Video plays: **67 502** impressions (inline video)
 - Average Video Percentage Complete (%) – 39.89



Избрани цитати

Освен избраните инфлуенсъри, в темата по своя инициатива вземат участие и още 15 други потребители, споделяйки своите положителни отзиви от iRobot:

- *“Имам Roomba вече 8 години и я използвам ежедневно. Изключително улеснение е в забързаното ежедневие. От известно време се оглеждам за нова Roomba, има нови модели на пазара с технически нововъведения и подобрения. Ще следя темата, смятам че ще ме улесни в избора на модел.”*
- *„iRobot Roomba е една от най-ценните вещи вкъщи. Ползвам я почти 4 години и е незаменима.“*
- *„Имаме робот от около 2 години. Кръстили сме го свежко. Изключителен помощник. Настроен е да почиства почти всеки ден след 10 сутринта. Стига да му се осигури пространство да се вихри, чисти много добре. Препоръчвам с две ръце.“*
- *„Имам IRobot Roomba 621 , казва се Бърта, от 4 години. Неизменен помощник ми е , ежедневно. Препоръчвам на всички iRobot Roomba“*
- *„Имам си "Руми" у дома вече 5-6 години. Това, определено е един от най-ценните помощници за всяка къща и горещо препоръчвам на всеки. Пести време и усилия.“*
- *„Имам подочистачка робот iRobot Braava и съм изключително доволна, както от функцията за замитане, така и от тази за миене.“*
- *„Моята Руумба е важен член в нашият дом и няма ден, в който да не взима участие в почистването. Това е най-добрата инвестиция, която съм правила“*



IF IT'S NOT FROM
iROBOT®
IT'S NOT A
ROOMBA®

Благодаря за вниманието!

iRobot®

BG-МАМА