

# Případová studie Intextové reklamy se společností Microsoft

## Intextová reklama předčila naše očekávání

### Nejdůležitější fakta:

- Trvání kampaně 3 měsíce
- 370 nově zaregistrovaných e-mailových adres
- Cena kliku pod 1 Kč
- Cena za impresi pod 0,30 Kč



### Coolhotmail

služba společnosti Microsoft, která nabízí nejen unikátní e-mailovou adresu, ale také všechny dostupné Windows služby.

Společnost Microsoft vyzkoušela nový formát internetové reklamy Intextovou reklamou na propagaci služby Coolhotmail. Výsledky a efektivita nového reklamního kanálu byly příjemným překvapením. Zeptali jsme se Jiřího Grunda, marketingového manažera společnosti Microsoft, na pár otázek.

### Proč jste se rozhodli právě pro nový formát Intextové reklamy?

Protože chceme zkoušet pravidelně nové věci a protože věříme, že je to způsob, jak oslovit uživatele, kteří jinak úspěšně unikají našim reklamním sdělením na jiných media-typech.

### Co bylo cílem celé reklamní kampaně?

Cílem bylo ukázat návštěvníkům službu, která v ČR existuje dlouho, ale nikdo o ni neví, čili awareness.

### Využili jste i jiných typů internetové reklamy?

Ano samozřejmě, došlo k využití banneru, kontextové reklamy a e-mailingu.

### Jaký byl rozpočet na celou reklamní kampaň?

Bohužel nemohu sdělit, ale vzhledem k tomu, že jsme využili i interních stránek, jejich reklamní prostor přepočítaný na finance stál přibližně 600 000 Kč, tak to bylo v řádech statisíců.

### Jak dlouho Intextová kampaň trvala?

Intextovou reklamou jsme zkoušeli 3 měsíce.

### Byl jste s kampaní spokojený?

S Intextovou kampaní jsme byli spokojeni a cílem bylo doplnit naše standardní komunikační kanály, které oslovují naše uživatele novým způsobem, tak aby byl možný zásah co největší.

### Jaké byly výsledky kampaně?

Výsledkem byla registrace desítek tisíc nových uživatelů, z toho 370 přímo z kanálu intextové reklamy a další stále přibývají. Cíle, které jsme si

dali, jsme splnili a podařilo se nám, v případě této služby, zvýšit povědomí o značce, změnili jsme vnímání uživatelů, kteří do nedávné doby žili v domění, že na trhu freemailů, neexistují alternativy. Konkrétně tato naše služba Coolhotmail nabízí 5GB prostoru pro e-maily, což je na českém trhu 2,5x více než nabízejí lokální poskytovatelé.

### Jaké byly výsledky intextové kampaně ve srovnání s ostatními reklamními formáty?

Výsledky z klasických formátů budou vždy převyšovat výsledky nových a potvrdilo se to i na naší kampani. Intextová reklama měla enormní hodnoty v míře prokliku a fungovala v jistém směru efektivněji než některé standardní formáty. Cena 1 kliku byla pod hranicí 1 Kč a cena za 1 impresi se pohybovala kolem 0,30 Kč.

BillBoard