

...., a jeśli nagle jawi Ci się ponad 100 000 fanów na Facebooku to wiedz, że tam się coś bardzo mocno dzieje....

Eksperci Tesco na Facebooku

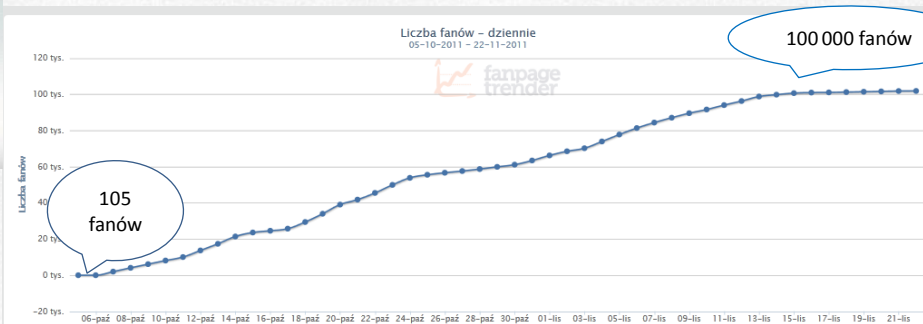
Autorzy:

Dr Jan Zając
Marta Gołyś



Henio, brand hero marki Tesco podbija Facebooka.

- Od zera do bohatera... - zdumiewający wzrost liczby fanów
- Eksperci Tesco trafiają do 100 najpopularniejszych fanpage'ów w Polsce

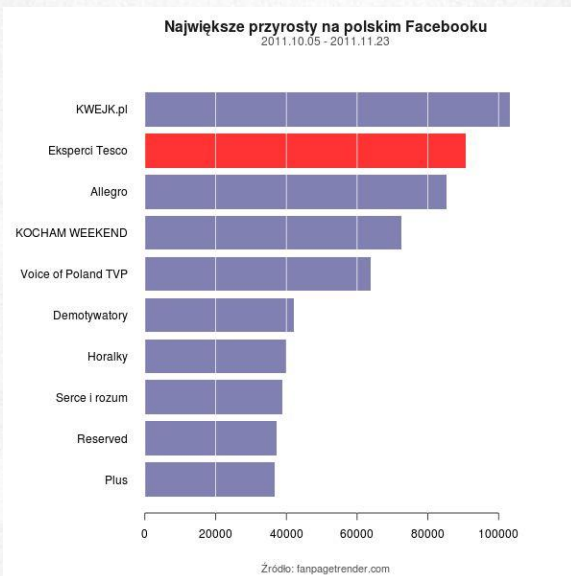




...jeśli na Twoim wall'u nagle pojawi się 4 razy więcej wpisów ...to już wiesz, że się Tesco Tobą interesuje...

W analizowanym okresie był to drugi największy przyrost liczby fanów na "polskim" Facebooku.

Szybciej rósł tylko Kwejk.pl



..., bo zaczęli jak wścieknięci fani atakować...

- Najlepsze treści

901 polubiło tą treść

Profil użytkownika Eksperci Tesco



Eksperci Tesco

Bo tak mówiłem! A milion zobaczył!



Nieemitowana reklama Tesco
www.youtube.com

Henio natchniony słynnym kazaniem

Lubię to! · Dodaj komentarz · Udostępnij · 25 października o 12:44 ·



Eksperci Tesco

A pod wieczorek – czas na podwieczorek! Co tam chrupiecie przed monitorem, hmm?



Zdjęcia na tablicy

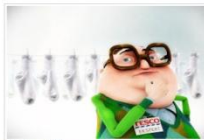
312 osób kliknęło „like”



Eksperci Tesco

Uwaga, zagadka:) Na naszym strychu suszy się 13 par białych i 9 par czarnych skarpetek. Jest tam jednak tak ciemno, że nie widać ich kolorów. Henio chce wziąć ze strychu jedną parę...

No i pytanie: Ile pojedynczych skarpetek powinien wziąć, aby mieć pewność, że *wśród nich* znajdą się dwie w tym samym kolorze?



Zdjęcia na tablicy

148 osób skomentowało ten post



Eksperci Tesco

No dobrze. Muszę Was o to zapytać. Muszę! Usiądźcie wygodnie, przesłuchajcie jeszcze raz mojego rapu na www.heniospiewa.pl i powiedzcie - szczerze - Będę sławny?



Zdjęcia na tablicy

Czek- it-ait
540 osób kliknęło „like”

Zaraz pogadamy po mięsku ... - publikowanie treści

Godziny
największej
aktywności
postującego



Najczęściej publikowane:

- Obrazy 72%
- Linki 18%
- Multimedia 6%
- Statusy 4%

Tu Henio, jak mnie słycać over ?



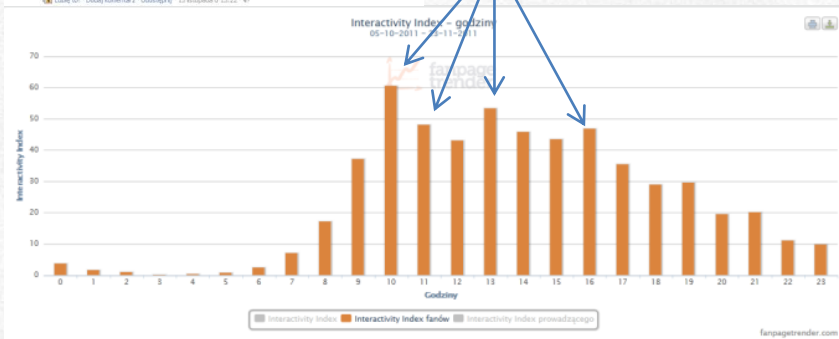
Ekspert Tesco

Wow! Jest nas już 100 000! Dziękujemy, że jesteście z nami! Z tej okazji klikamy w "Lubię to!". My pierwszy!



Lubię to! · Dodaj komentarz · Ukażę się · 15 listopada o 13:22 · 48

Godziny
największej
aktywności
fanów



W okresie 5.10- 23.11
fanpage zdobył

- 102 507 fanów
- 14 395 like'ów
- 3 934 komentarze



Bo tak mówiłem ja, a milion mnie zobaczył.... viral Pride&Glory



- Ponad **1 500 000** odsłon na YouTube w kilka dni
- Ponad **155 000** shar'ów na Facebooku
- Kilkadziesiąt tysięcy komentarzy
- Wzrost wyszukiwania frazy Tesco w Google o **1500%**
- **10 357** ocen na YouTube z czego 96% pozytywnych

<http://prideandglory.pl/webstar/film.html>

Z cyklu to nie konstrukcja z ośmiu rolek papieru....

Co było dla Was najtrudniejsze, co najłatwiejsze z czego jesteście zadowoleni?

Przy każdej z kilkunastu marek, za których obecność w social mediach jesteśmy odpowiedzialni występują podobne problemy, czyli jak to, co my chcemy ludziom powiedzieć ma się do tego, o czym kiedy i w jakiej formie oni chcą słuchać. Śmiało mogę powiedzieć, że i my i nasz Klient Jesteśmy zadowoleni zarówno ze wskaźników ilościowych jak i jakościowych. Ale nie spoczywamy na laurach, mamy dużo do zrobienia. Na szczęście praca przy takich projektach to także dobra zabawa.

Jakby się dało uchylić rąbka tajemnicy na temat np. kosztów, zakładanych celów?

Koszty z całą pewnością nie odbiegają od tego, co duże marki płacą za nie anonimowe pojawienie się w social media. Takiej marce jak Tesco, która od kilku lat posługuje się popularną i lubianą platformą komunikacji jest nawet łatwiej. Serce i Rozum na pierwszych 100 000 fanów musieli czekać aż 5 miesięcy, Ekspertom Tesco zajęło to niecałe 40 dni. Oczywiście Facebook ma dziś inny zasięg, ale nie odważyłbym się powiedzieć, że dziś „łatwiej o fana”. Zatem to jest czas kiedy procentują wcześniejsze dobre inwestycje. Pierwsze cele ilościowe udało nam się zrealizować. Za chwilę będziemy porównywać pierwsze 2 miesiące i już planujemy kolejne.

Co było celem kampanii i jaka była Wasz rola??

Celem było i jest stworzenie dla Ekspertów Tesco miejsca w social media. Gromadzenie wokół nich jak największej liczby osób i angażowanie ich do wspólnej dyskusji i zabawy. W tej chwili jest to przede wszystkim Facebook, na którym zarówno strona Ekspertów jak i aplikacja, w której Henia rapował każdym z nas, zostały bardzo ciepło przyjęte. Wciąż napływają do mnie głosy uznania od zwykłych użytkowników, ale również specjalistów z branży. To duża radość i jeszcze większe zobowiązanie



Mariusz Pelechaty
Adv.pl

Zdecydowaliśmy się wejść w obszar social media ze względu na to, że to właśnie tu znajdują się nasi obecni i potencjalni klienci. Chcemy skorzystać z możliwości jaką dają media społecznościowe – przybliżyć i ocieplić wizerunek marki Tesco. Naszym celem jest poszerzyć platformę znaną do tej pory z mediów tradycyjnych, ale przede wszystkim poznać, zainteresować i zaangażować użytkownika w komunikację z nami.

Na skuteczność kampanii niewątpliwie wpłynęła rozpoznawalność marki oraz bardzo duża sympatia jaką obdarzeni są Eksperci Tesco, czyli nasi brand heroes. Udało nam się połączyć siłę reklamy w różnych mediach, w tym historie sponsorowane na samym Facebooku oraz działania dużo mniej standardowe czyli aplikację i film wirusowy.



Wit Nirski
Tesco Polska



fanpage
trender

- optymalizuj działania na Facebooku!

Z Fanpage Trendera korzystają m.in:



empik



pracuj.pl



Wypróbuj teraz!

Heniu, Gratulujemy!



www.fanpagetrender.com

kontakt@fanpagetrender.com