



A-lehdet Natiivimainonta

Case: Favora

@JannePullinen
25.4.2017

Yli 400 toteutettua *kampanjakokonaisuutta*

Syvällisellä sisältöosaamisella, kohderyhmä- ja asiakasymmärryksellä entistä sykehdyttävämpää sisältöä.

Case: Favora



Tavoite & tulokset

- Kampanjan ensisijaisena tavoitteena oli kasvattaa Favora-tuoteperheen tunnettuutta sekä tuotteiden menekkiä 25-55 –vuotiaiden naisten keskuudessa natiivimainonnan keinoin.
- Toissijaisena tavoitteena oli tuoda esille tuotteiden ominaisuuksia, kertoa iho-ongelmista ja tarjota ratkaisu niille.



- Kokonaisuudessaan kampanja onnistui erityisen hyvin – se vahvisti kuluttajien mielikuvaa brändistä sekä kasvatti ostoharkintaa.
 1. **82 %** inspiraatioartikkelin lukeneista harkitsee Favoraa seuraavaksi ihonhoitotuotteeseen.
 2. Lisäksi **44 %** aikoo hakea lisätietoa tuotteista,
 3. sekä **35 %** ostaa tuotteita.
 4. Inspiraatioartikkelin kilpailu aktivoi: **35 %** lukijoista osallistui tuotepakettien arvontaan.



Kampanjan mediat

Lily

Kotivinkki



FitFashion.fi

Kauneus & terveys

Kampanjan toimenpiteet



3 x blogipostaus

BLOGIYHTEISTYÖ



Palttu ihonhoidon juurille - Favora

Blogin tiedot

Blogin otsikko

Vierailija

RSS

KOLMISTAAN JA KAROLIINA



KAROLIINA SALLINEN

Kehäntien on tuo tädyn perinteinen, syytyöissä nostettu kirkonmuurilla ja pöytä alla syötyä Nivala-puukillaa. Se on lämpökäivä, lämpöinen kumpikin, arvut, suutusta, pöytänielä, kaurapöytä, murena pöytänielä, suutusta ja suutusta.

Aidon, jähän ja jähän niin välttämättömässä kaurapöytänielä. 31-vuotias äiti, 5-vuotias tytär ja pieni kuollut lemmikki.

Blogissa olen avoin kauran ja kauran järkevästä tekemisestä.

THE BLOG AWARDS FINLAND

Online & printtiadvertoriaali



8 vinkkiä herkän ihon hoitoon



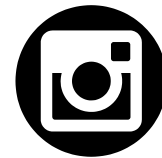
KILPAILU

Vain se, mitä herkkä ihosi tarvitsee

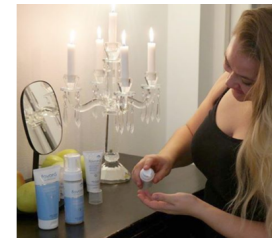
APTEEKISTA

PRINTTI

Ota iltasi kisaan! Lue suosittelun ja voita Favora-kuutospakettii!



3 x some-nostot



Display-mainonta

DISPLAY



Riittääkö yksi kasvovoide kuivalle iholle yöksi ja päiväksi?



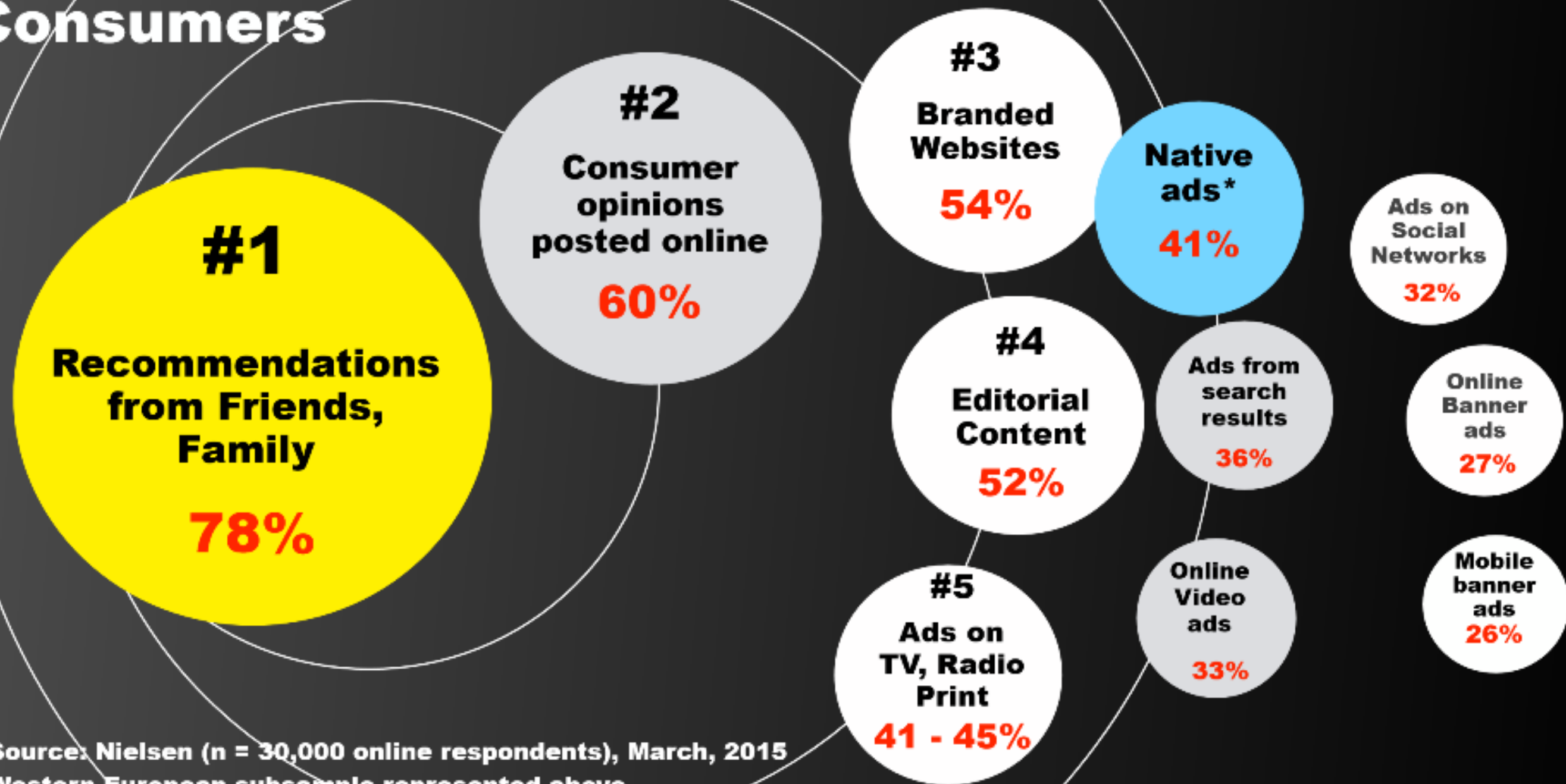
KAUPALLINEN YHTEISTYÖ: FAVORA

8 vinkkiä herkän ihon hoitoon

Ihoa kutittaa, kiristää, kuumottaa..
Apu löytyy onneksi apteekista!



The Hierarchy of Trusted Sources among Consumers



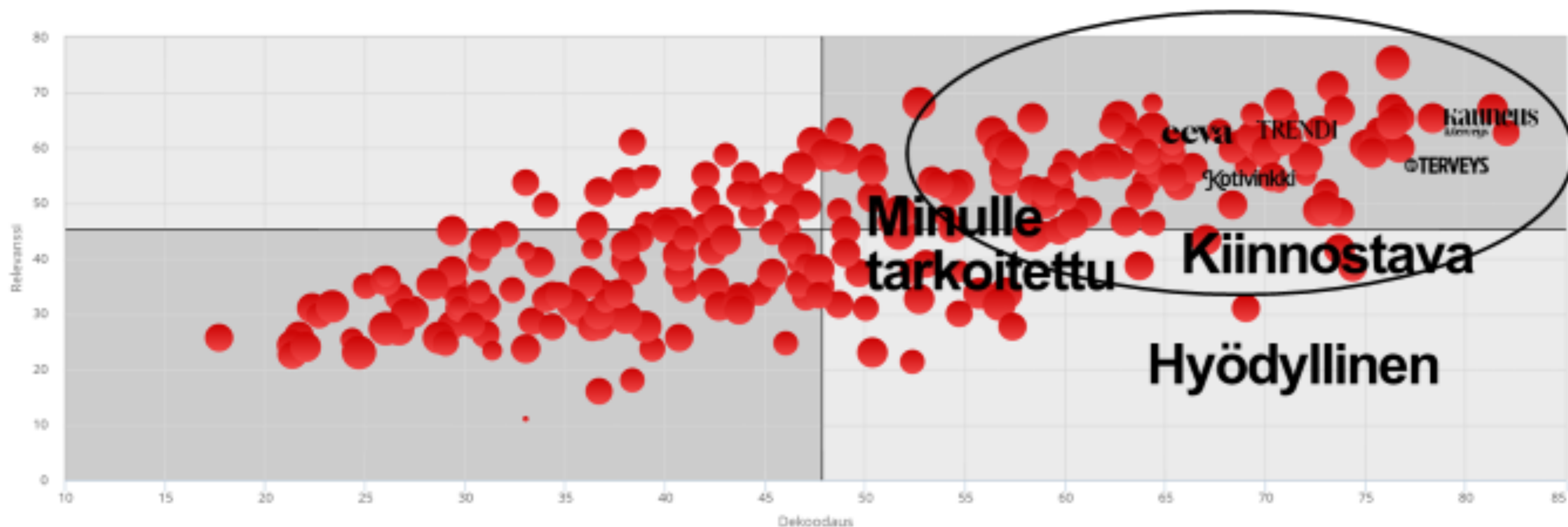
Source: Nielsen (n = 30,000 online respondents), March, 2015
Western European subsample represented above

*Contently and Radius Global Market Research (US), Sept, 2016

Kuluttajat tulkitsevat sisältömarkkinointia osana mediamaisemaa, julkaisualueita ja muuta mediatarjontaa: **visuaalisuus, sulautuminen, paikkansapitävyys**

Lähde: Mari Ainasoja, Tampereen Yliopisto

Paras laatu syntyy hyvästä asiakasymmärryksestä



Lähde: RAM-paneeli, A-lehdet 2009-2016, advertoriaalit, n=300 kpl

Miten toimivaa natiivimainontaa luodaan?

1. Ketä puhuttelet?
2. Älä juokse pelkkien uutuuksien perässä.
3. Tarjoa valitulle kohderyhmälle relevanttia sisältöä.
4. Suunnittele ja tee yhteistyötä.
5. Kunnioita valittua mediaympäristöä.
6. Pelkkä hyvä tarina ei riitä, jos sen pariin ei kukaan löydä.
7. Rima korkealle.



Be the girl on the right



Nina Vehniä, tuotepäällikkö, Favora

”Monipuolinen kampanja vahvisti mielikuvaa Favorasta erityisesti herkän ihon tuotesarjana.

Saimme kampanjan myötä mukavasti lisää liikennettä Favoran Facebook- ja verkkosivuille verkkoadvertoriaalin herätettyä runsasta kiinnostusta aktivoiden kuluttajia hakemaan lisätietoa tuotteista. Yhteistyö A-lehtien kanssa sujui jouhevasti ja koin kattavan jälkiraportoinnin erittäin hyödylliseksi!”





The Times we had.

*Ota yhteyttä
& kysy lisää!
@JannePullinen
#alehdet*