

Tisková zpráva

Praha, 20. srpna 2017

Reklama v Instagram Stories – jaký je její potenciál?

První březnový den oznámil Facebook otevření nové reklamní platformy pro inzerenty – reklamu v rámci Instagram Stories. V čem je její největší potenciál a jak ji nejlépe využít při plánování kampaně přibližuje Vojtěch Lambert, ředitel digitální agentury LCG New Media.

Insta Stories jsou velmi populární mezi uživateli Instagram. Skrze ně máte možnost vnímat a prožívat dění okolo svých přátel nebo přímo interagovat s danou značkou. Ona možnost „šmírování“, tedy sledování, co ta daná celebrita nebo značka dělá, je to, co uživatele Instagramu neskutečně baví. Z našich zkušeností víme, že až 50 % followerů zhlédne Insta Stories stránek, které odebírají.

Co je však to nejzajímavější na Insta Stories je to, že když na ně uživatel najede, překryjí celou obrazovku. Díky tomu věnuje 100% svoji pozornost pouze jednomu sdělení a ne třem a více, jako například ve feedu na Facebooku. Reklama je zde tedy velmi účinná a nelze si jí nevšimnout. Funguje tedy stejně jako televizní blok reklam. Daná informace se zobrazuje po dobu 5 sekund, což je dlouhá doba na to všimnout si jasně formulované sdělení nebo značky.

Na rozdíl od televize však máte k dispozici obrovské množství cílení. Pokud chcete zacílit danou značku nebo produkt například na fanoušky Leoše Mareše, kteří žijí v Praze a sledují další vybrané značky nebo chodí například běhat, můžete tak učinit. Můžete je zachytit rovnou na Letné při běhu.

Mladí uživatelé konzumují stále více obsahu v online prostředí a televize postupně ustupuje do ústraní. Instagram a Insta Stories tak mohou svoji charakteristikou televizní kampaně brzy nahradit. Krátká autentická videa jsou totiž komunikací dnešní doby, kdy ve stále složitějším a digitálnějším světě nedokážeme konzumovat dlouhá videa, texty nebo sdělení.

V rámci několika testů Insta Stories jsme došli k tomu, že při skóre relevance 10/10 se nám podařilo získat 1000 zobrazení za cca 20 Kč. To je 2000 Kč při zásahu 100 000 uživatelů. Zatím není možné vkládat prokliky (to až v dalším update), ale už nyní se CTR (proklik na profil inzerenta z horního loga) pohybuje 1-2%. Cenově je tak reklama na úrovni cen reklamy na Instagramu a formát tak není dražší. Reklama má tak velký potenciál stát se součástí všech brandových kampaní.

LCG New Media pracuje pro 6 značek Omega Pharma, Bubbleology ČR, SK a HU, Galerii Harfa, youtuberský festival U-Fest, BTL, Beehive, VW Wachal, Inventi a další firmy. V referencích má společnosti jako Česká spořitelna, ASUS, Tour Espana, ERV pojišťovna, ERGO, Ferring nebo například České energetické centrum.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držiteli certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelňová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více informací na www.lcgnewmedia.cz/.
