



P O D C A S T

udržitelná
budoucnost

D O S A H C E L K E M

2 196 598

E N G A G E M E N T S C E L K E M

1 191 280

I M P R E S E C E L K E M

2 879 810

C E L K O V Ý T H R U P L A Y

343 728



POPIS PROJEKTU

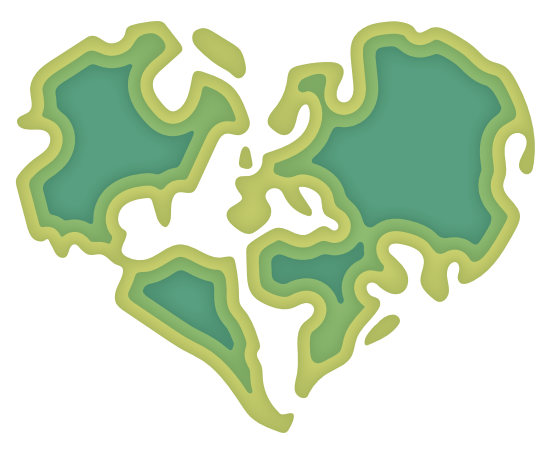
Série videorozhovorů na téma Udržitelná budoucnost hýbala sociálními sítěmi v roce 2022. Citlivě vybraní hosté. Zajímavá netradiční témata. Diváci se dozvěděli, jak se stát odpadkovými hrdiny, jak zachránit jídlo nebo jak se správně otužovat. Díky skvělým číslovkám se v roce 2023 bude natáčet druhá série s dalšími hosty. Všechny díly jsou také k dispozici v audioverzi na tradičních platformách Spotify a Apple Podcasts. Vídeje jsou šířena hlavně na sociálních sítích, ale také na Youtube a uložto.

DŮVODY, PROČ SI PROJEKT ZASLOUŽÍ OCENĚNÍ

Kampaň by měla dostat ocenění, protože dm drogerie nehledí pouze na profit a prodej, ale dává velkou váhu také edukaci zákazníků, stará se o ně a záleží jí na jejich životech, i co se týče kvality a zdraví. Celý koncept je promyšlený a celkově vymyšlený maximálně udržitelně. Hosté přijížděli na natáčení převážně vlakem, bez vlastních vozů, studio bylo navrženo absolutně udržitelně.

POPIS CÍLOVÉ SKUPINY A DISTRIBUCE PROJEKTU K CÍLOVÝM SKUPINÁM

Zajímá nás hlavně dosah a přehráni videa. Podružná metrika je přechod na web a sledování dalších dílů, případně prohlédnutí udržitelných produktů, které dm drogerie nabízí. Produkty jsou napojené na microsite dílu přímo ve webu.



POPIS OBSAHU PROJEKTU

V kampani oslovujeme všechny zákaznice a zákazníky dm drogerie. Nabízíme jim díl po dílu na základě jejich aktivity s přehráním. Dále si zákazníci selektujeme na základě jejich zájmů o udržitelnost, a tím pádem videa fungují i jako aktivace pro sledování profilů dm. Remarketing je samozřejmost. Každý, kdo viděl jakýkoliv díl, dostává reklamou ostatní videa ze série.

Moderátorkou pořadu je Jitka Nováčková, která sama velice dbá na udržitelnost, a proto pro nás byla jasnou volbou. Studio jsme připravili udržitelně. Jak? Použili jsme dm falt-boxy. Převážky, ve kterých se převáží zboží ze skladů a které se následně vrací zpět do skladu pro opětovné použití. Převážky jsou již použité a po natočení první série jsme je vrátili zpět do oběhu. Veškeré rostlinné dekorace jsou květiny, které pěstujeme pro dm drogerii a používáme je na natáčení produktů, projektů dmLIVE nebo i při tomto projektu.

POPIS DOSAŽENÝCH VÝSLEDKŮ PROJEKTU

Unikátní dosah za rok 2022 dosáhl čísla 6 852 132. Kompletní strategii, správu, copy, natáčení a postprodukce vyšla na 100 000 Kč. Na projektu pracuje 7 lidí. Propagace každého dílu se pohybovala kolem 50 000 Kč.



Markéta Čapová
Otužování



Michaela Vondráková
iniciativa
Sázíme stromy



Marie Plojharová
nezisková
organizace
Zachraň jídlo



Luboš Petrů
neziskový
projekt
Trash Hero



PhDr. Jan Krajhlanzl, PhD.
Ekopsychologie



Všechna videa [ZDE](#)

