



Kampania dla Teddy Eddie

wrzesień - grudzień 2022



Polska

wrzesień - grudzień 2022

Cele kampanii:

- zwiększenie rozpoznawalności marki Teddy Eddie jako skutecznej metody nauki angielskiego dla dzieci,
- wsparcie szkół, uczących tą metodą, w pozyskiwaniu klientów,
- wyróżnienie marki na tle dużej i aktywnej konkurencji.

Wyzwania:

- odpowiednie dotarcie do grupy docelowej: młodych rodziców kilkuletnich dzieci,
- znalezienie właściwych insightów i odpowiednie wykorzystanie ich
- adekwatna komunikacja – zajęcia dla dzieci to wymagająca dziedzina
- optymalne relacje ze szkołami, z którymi współpracuje Edu Bears
- kompleksowa kontynuacja prowadzonych wcześniej działań.

Jako zespół specjalistów należący do Grupy Eura7 byliśmy odpowiedzialni za kampanię nowoczesnego rozwiązania edukacyjnego od Edu Bears **w Polsce, Słowacji i Czechach.**

W ramach współpracy konsorcyjnej z hi GRUPA przygotowaliśmy szereg działań promujących efektywną metodę nauczania języka angielskiego dla najmłodszych – Teddy Eddie. Nasze zespoły na potrzeby kampanii opracowały **strategię, hasło promocyjne, key visual, landing page, bumpery, działania content marketingowe.**

Eksperti Abanana byli też odpowiedzialni za szkolenia dla licencjobiorców, przeprowadzone w formie live na Facebooku, oraz współpracę z Dzień Dobry TVN. Razem z hi GRUPA przygotowaliśmy również plan mediowy dla zainteresowanych z trzech krajów: Polski, Czech i Słowacji, oraz odpowiadaliśmy za jego realizację.

Założenia i obrany kierunek

W komunikacji zdecydowaliśmy się przede wszystkim na podkreślenie **skuteczności metody**, ale w sposób nienachalny, bliski najmłodszym i rodzicom. Dlatego połączyliśmy komunikat z uśmiechniętym dzieckiem, które trzyma misia. To naturalnie wzbudza pozytywne skojarzenia – z radością, zabawą i przyjemnością podczas nauki języka angielskiego.

Rysunkowe elementy eksponują zabawowy charakter i nawiązują do wcześniejszej komunikacji marki. Taki scenariusz działań nasunął się nam samoistnie w wyniku przeprowadzonych przez nas badań ilościowych oraz pogłębionych badań na grupie docelowej i otrzymanych insightów.

To niezwykle pozytywna i ciekawa akcja, i tak jak sama metoda Teddy Eddie jest niebanalna, tak zaplanowana komunikacja mediowa obejmuje użycie **nowoczesnych i efektywnych narzędzi oraz formatów reklamowych**. Na rynku polskim kampania video i display realizowana była w modelu programmatic, z dedykowanymi formatami mobile i video oraz content marketing.



**Mały Miś,
wielkie postępy!**

**SKUTECZNY
ANGIELSKI**
DLA DZIECI 2-7 LAT

Zapisz się na zajęcia
w Twoim mieście!

ZOBACZ WIĘCEJ



Mały Miś,
wielkie postępy!

**SKUTECZNY
ANGIELSKI**
DLA DZIECI 2-7 LAT

Znajdź szkołę blisko Ciebie!

SZUKAJ

Wyniki kampanii

Kampania osiągnęła bardzo duży zasięg, tj. około **7 500 000** unikalnych użytkowników, do których docieraliśmy różnymi touchpointami w digitalu.



Średni czas sesji
na www

4,05 min



Zasięg w grupie
docelowej

ok. 2,5 mln



Viewability

93%

~ 1 000 000

wyświetleń kampanii mobile

~ 2 300 000

obejrzeń wideo

~ 7 600 000

odstron formatów display

Przykłady emisji – screening

mama

PRZED DZIECI CIEKAWE WYKRESY DZIECIKI INSTYTUTY EDUKACJA MAMA JAKO FAN PRACOWNICZKI MAŁY WIEK TESTY GENY NEWSLETTER

SKUTECZNY ANGIELSKI
DLA DZIECI 2-7 LAT

Znajdź zajęcia w Twoim mieście!
ZOBACZ WIĘCEJ

AKTUALNOŚCI

Ed Sheeran w Polsce jest na ustach wszystkich. Mało kto wie, że ma dwie córki i n...

onet Kobieta

KARIERA I ŻYCIE WYKRESY MAMA ZDROWIE PREMIUM SIŁA SEKS DZIECI PIĘKNO KOBIECA SIŁA ***

SKUTECZNY ANGIELSKI
DLA DZIECI 2-7 LAT

ZOBACZ WIĘCEJ

Back to school - jak podejść do zakupów szkolnych z głową i nie wydać fortuny?

Przykłady emisji – QuizAd, mobile

Rowiąż quiz poniżej, aby kontynuować czytanie naszego artykułu!

Odpowiadając: wznowisz wydanie

czy Teddy Eddie to metoda skutecznej nauki angielskiego przez zabawy?

Tak Nie

Ally czytać dalej odpowiedź na pytanie

Powered by Quizizz.pl

Rowiąż quiz poniżej, aby kontynuować czytanie naszego artykułu!

Odpowiadając: wznowisz wydanie

Czy metoda Teddy Eddie nadaje się dla dzieci w wieku 2 lat?

Tak Nie

Ally czytać dalej odpowiedź na pytanie

Powered by Quizizz.pl

16:10

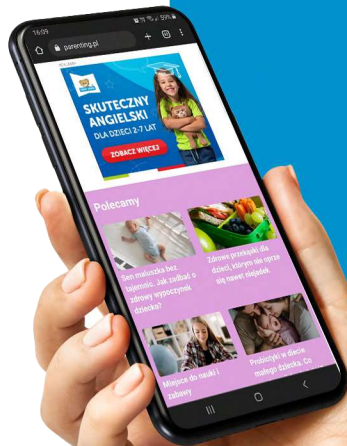
reklama zamknij

Mały Miś, wielkie postępy!

SKUTECZNY ANGIELSKI
DLA DZIECI 2-7 LAT

Znajdź zajęcia w Twoim mieście!

ZOBACZ WIĘCEJ





Przykłady emisji – reklama natywna


https://kobieta.interia.pl/dziecko/news-wielcy-filozofowie-nietuzinkowa-ksiazka-dla-duzych-i-malych

interia KOBIECIA KUCHNIA HOROSKOPY PODRÓŻE ŻYCIE I STYL UCZUCIA PORADY URODA MODA **DZIECKO** KONKURSY

~Anna - 24.05 (21:20)

Ciekawi mnie czy może ta książka jest w formie ebooka? Muszę zobaczyć z ciekawości na publico

  **ODPOWIEDZ**

 Darmowa dostawa od 149 zł

REKLAMA

ZOBACZ TAKŻE

WALUTA

ZŁÓTY MOCNO TRACI. FRANK I DOLAR GRAJĄ PIERWSZE SKRZYPCE

REKLAMA

CHCESZ, ABY TWOJE DZIECKO ZACZĘŁO MÓWIĆ PO ANGIELSKU?

MATERIAŁY DODRUKOWE I SERWISY MONEA

WŁAŚCICIELE DOMÓW MUSZĄ PRZYGOTOWAĆ SIĘ NA NOWY WYDATEK

Stroje na Halloween – pomysły i inspiracje

Stroje na Halloween dla dzieci poszukiwane! Październik to miesiąc, kiedy rodzice zaczynają myśleć nad (nie)straszną kreacją, którą ich pociecha będzie mogła założyć w dzień poprzedzający 1 listopada.

Zobacz film: "Jak możesz pomóc maluchowi odnaleźć się w nowym środowisku?"



JAK POMÓC DZIECKU ODNALEŹ SIĘ W NOWYM ŚRODOWISKU?

PRZEKAZAĆ DOSTĘP DO SZYBKIEGO INTERNETU? ••• 10:32 ODCHUDZANIE N

SPIS TREŚCI

1. Stroje na Halloween dla chłopca i dziewczynki

OFERTA SPECJALNA

Pilarka spalinowa MAC CST4540 1.8kW

Oferta ważna 5/10
25-30-2022

OPISZTU

REKLAMA



Skuteczny angielski dla dzieci!

Twoje dziecko zacznie mówić po angielsku dzięki metodzie Teddy Eddie!



Dzień Dobry TVN

Razem z ekspertami Teddy Eddie oraz Dzień Dobry TVN przygotowaliśmy live o metodach nauki angielskiego dla dzieci. Łączenie miało charakter edukacyjny i doskonale wpisało się w grupę odbiorców, angażując przede wszystkim młode mamy. Działania te zostały wzmocnione bannerami na stronie telewizyjnej, artykułem sponsorowanym, a samo wydarzenie zapowiedziane zostało w social mediach Dzień Dobry TVN.



~ 43 000

obejrzeń live
na Facebooku DD TVN

~ 3 500 000

wyświetleń
panelu display

~ 11 000

odstów artykułu
sponsorowanego na portalu

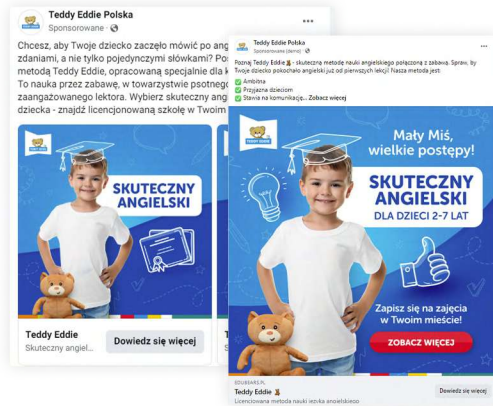
Reklama Facebook Ads

Kampania reklamowa na Facebooku skierowana została do osób zainteresowanych rozwijaniem języka angielskiego u dzieci oraz rodziców dzieci w wieku od 2 do 7 lat.

Wyemitowaliśmy ją na urządzeniach desktopowych i mobilnych. Została również zoptymalizowana pod generowanie ruchu na landing page oraz zwiększenie zapisów na kursy.

Formaty, które wykorzystaliśmy:

- reklama bannerowa z wykorzystaniem testu A/B
- karuzela
- video.



~ 7 100

kliknięcia reklam

~ 1 200 000

wyświetlenia reklam

~ 440 000

zasięg kampanii

Reklama Google Ads

Wystartowaliśmy również z kampanią reklamową w wyszukiwarce Google, która została ukierunkowana na trzy główne obszary:

- zwiększenie ruchu: kampania reklamowa i brandowa pojawiająca się na zapytania o szkoły językowe dla dzieci, kursy języka angielskiego dla dzieci w wieku 2-7 lat
- wzmocnienie wizerunku: kampania bannerowa w sieci reklamowej Google do osób posiadających dzieci, zainteresowanych kursami angielskiego
- działania remarketingowe: kampania bannerowa kierowana do odwiedzających stronę Teddy Eddie.

~ 1 500 000

wyświetleń reklam

~ 30 200

kliknięć w treści reklamowe



**SKUTECZNY
ANGIELSKI**

DLA DZIECI 2-7 LAT

ZOBACZ WIĘCEJ

Działania contentowe z Czas Dzieci

Decydując się na działania contentowe, podjęliśmy decyzję o współpracy z portalem Czas Dzieci. W związku z tym wykorzystaliśmy artykuł ekspertów Edu Bears, który poświęcony został tematowi połączenia nauki angielskiego z zabawą, co spotkało się z dużym zainteresowaniem i ciepłym przyjęciem wśród rodziców.



~ 2 200

pełnych przeczytań

~ 1 minuta

średni czas na artykule

~ 80 000

odślon zająwki na stronie
główniej i boksu bocznego



Czechy i Słowacja

wrzesień - grudzień 2022

Cele kampanii

Kampania na rynkach czeskim i słowackim wymagała od nas dodatkowej pracy. W tych krajach z racji specyfiki rynkowej nacisk położyliśmy również na edukację rodziców. Wprost mówimy im o tym, że warto zacząć naukę angielskiego od najmłodszych lat.

W tej akcji zastosowaliśmy podejście uwzględniające przede wszystkim dwa obszary: **content marketing** oparty na badaniach i treściach od ekspertów oraz **formaty digitalowe i prasowe** zbieżne z tymi, które były w Polsce.

Dzięki temu zrealizowaliśmy postawione przed nami cele:

- zwiększenie świadomości rodziców, jak ważna jest nauka angielskiego od najmłodszych lat
- zwiększenie rozpoznawalności marki Teddy Eddie jako skutecznej metody nauki angielskiego dla dzieci
- wsparcie szkół, uczących tą metodą, w pozyskiwaniu klientów.



Mały medvídek, obrovské pokroky!

EFEKTIVNÍ ANGLIČTINA
PRO DĚTI VE VĚKU 2 - 7 LET

Najít nejbližší školu!

HLEDAT

TEDDY EDDIE

The advertisement features a young boy in a white t-shirt and a graduation cap, standing next to a brown teddy bear. The background is blue with white line-art icons of a lightbulb, a pencil, and a checkmark. A red button with the word 'HLEDAT' is at the bottom right.

Założenia i obrany kierunek

Podobnie jak w Polsce zachowaliśmy spójność całej komunikacji. W tych krajach również połączyliśmy komunikat z uśmiechniętym dzieckiem, które trzyma misia. To naturalnie wzbudziło pozytywne skojarzenia – z radością, zabawą i przyjemnością podczas nauki języka angielskiego.

Na potrzeby rynku czeskiego i słowackiego stworzyliśmy także specjalnie przygotowany landing page, będący pigułką wiedzy o metodzie.

Ze względu na specyfikę obu krajów poświęciliśmy więcej działań i komunikatów tematyce edukacyjnej. To pozwoliło w wyczerpujący sposób wyjaśnić i uzasadnić, dlaczego warto zacząć naukę języka angielskiego odpowiednio wcześniej.

Skupiliśmy swoje działania na największych miastach oraz miejscach, gdzie szkoły uczą metodą Teddy Eddie, by jak najlepiej zoptymalizować budżet w tym obszarze.

Dlaczego warto zacząć naukę języka angielskiego w wieku zaledwie kilku lat?



Ponieważ kilkulatki uczą się z entuzjazmem

Kilkuletnie dzieci uczą się w formie zabawy, praktycznie **bez wysiłku**. Odpowiednio prowadzone, chętnie podejmują próby wystowienia się w języku obcym, **bez uczucia skrępowania**, które często towarzyszy starszym uczniom. Radosna zabawa przekłada się na skuteczną naukę!



Ponieważ kilkulatki uczą się łatwo i szybko

Mózgi dzieci rozwijają się bardzo dynamicznie w okresie od około 2. do 7. roku życia, a na początku tego okresu liczba połączeń między komórkami mózgowymi (neuronami) zwiększa się aż dwukrotnie. Efekt? Młodsze dzieci bardzo szybko się uczą, a przy tym łatwiej **przyswajają naturalną angielską wymowę i intonację**.



Ponieważ wczesna nauka języka obcego stymuluje rozwój dziecka

Zajęcia językowe pozytywnie wpływają na **ogólny rozwój intelektualny i społeczny** kilkulatka, stymulując **jego pamięć, kompetencje poznawcze oraz komunikacyjne**. Dzięki temu w przyszłości Twoje dziecko ma szansę uzyskać lepsze wyniki nie tylko w samej nauce języka obcego, ale także w innych przedmiotach i dziedzinach. Efekt? Łatwiejszy start w szkole i dobre efekty w nauce.



Ponieważ kilkulatki to przyszli obywatele świata

Twoje dziecko już teraz ma kontakt z zagranicznymi bohaterami bajek, piosenkami czy filmami. Napotyka inne kultury, słyszy obce języki. Wczesny kontakt z językiem angielskim zbuduje u niego **poczucie dumy**, że jest w stanie na przykład częściowo zrozumieć popularną piosenkę. Zajęcia językowe są przy tym odpowiedzią na **dziecięcą ciekawość świata**, który na naszych oczach tak dynamicznie się zmienia.

Wyniki kampanii – Czechy

Do osiągnięcia zakładanych celów i pełnej realizacji kampanii wykorzystaliśmy spot, reklamy Google Ads oraz Facebook Ads. Duży nacisk położyliśmy też na content marketing.



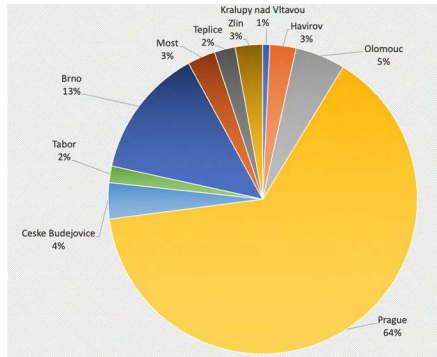
Średni czas sesji
na www
5,35 min



Zasięg w grupie
docelowej
ok. 2,5 mln



VTR spotu
54%



~ 1 000 000
wyświetleń artykułów

~ 210 000
odtón wideo

~ 1 100 000
wyświetleń reklamy
Google Ads i Facebook Ads

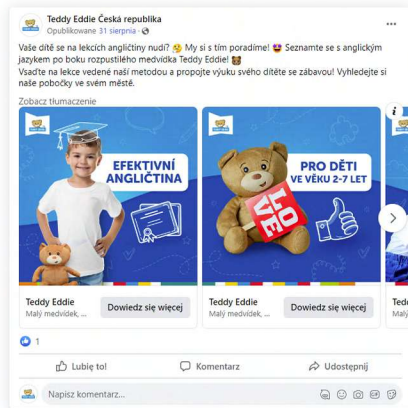
Reklama Facebook Ads – Czechy

Kampania reklamowa na Facebooku skierowana została do osób zainteresowanych rozwijaniem języka angielskiego u dzieci oraz rodziców dzieci w wieku od 2 do 7 lat.

Kampania została wyemitowana na urządzeniach desktopowych i mobilnych. Całość została zoptymalizowana pod generowanie ruchu na stronie WWW oraz zwiększenie liczby zapisów na kursy.

Formaty, które wykorzystaliśmy:

- reklama bannerowa z wykorzystaniem testu A/B
- karuzela
- video.



~ 1 500

kliknięcia reklam

~ 190 000

wyświetlenia reklam

~ 88 000

zasięg kampanii

Reklama Google Ads – Czechy

Podobnie jak w przypadku Polski, wystartowaliśmy również z kampanią reklamową w wyszukiwarce Google, która została ukierunkowana na trzy główne obszary:

- zwiększenie ruchu: kampania reklamowa i brandowa pojawiająca się na zapytania o szkoły językowe dla dzieci, kursy języka angielskiego dla dzieci w wieku 2-7 lat
- wzmocnienie wizerunku: kampania bannerowa w sieci reklamowej Google do osób posiadających dzieci, zainteresowanych kursami angielskiego
- działania remarketingowe: kampania bannerowa kierowana do odwiedzających stronę Teddy Eddie.

~ 800 000

wyświetleń reklam

~ 5 600

kliknięć w treści reklamowe



**EFEKTIVNÍ
ANGLIČTINA**
PRO DĚTI VE VĚKU 2 - 7 LET

HLEDAT

Content – Maminka.cz

Do pełni działań niezbędne było podjęcie współpracy contentowej z portalem maminka.cz.

Z ekspertami Teddy Eddie opracowaliśmy dwa artykuły edukacyjne, traktujące o tym, kiedy najlepiej zacząć naukę angielskiego oraz jak się uczyć: indywidualnie czy w grupie.

Dodatkowo promocja artykułu została wzmocniona postem na Facebooku portalu maminka.cz.



~ 1 000 000

wyświetleń artykułów

~ 1 minuta

średni czas na artykule

~ 9 000

wyświetleń postu na Facebooku

Content – Učitel'ské noviny

Aby zwiększył skuteczność komunikacji, w czeskim portalu Učitel'ské noviny i wydaniu drukowanym zamieszczony został artykuł poświęcony tematyce rozwoju i nauki języka angielskiego u najmłodszych.



~ 8 500
wyświetleń artykułów

~ 1,5 minuty
średni czas na artykule

Wyniki kampanii – Słowacja

Na Słowacji do kampanii wykorzystaliśmy spot, reklamy Google Ads oraz Facebook Ads. Duży nacisk położyliśmy też na content marketing.



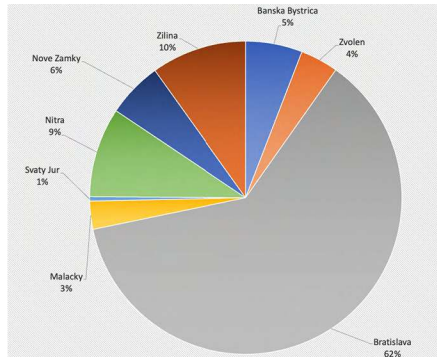
Średni czas sesji
na www
1,57 min



Unikalni użytkownicy
na Facebooku
120 000



VTR spotu
54%



~ 1 000 000
wyświetleń artykułów

~ 200 000
odtón wideo

~ 950 000
wyświetleń reklamy
Google Ads i Facebook Ads

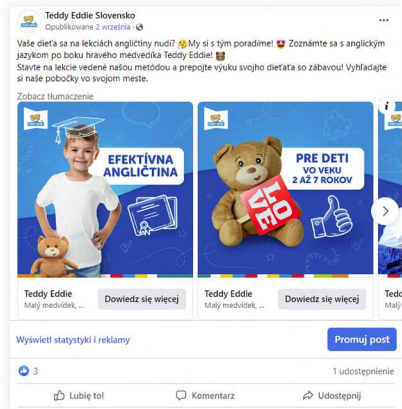
Reklama Facebook Ads – Słowacja

Kampania reklamowa na Facebooku skierowana została do osób zainteresowanych rozwijaniem języka angielskiego u dzieci oraz rodziców dzieci w wieku od 2 do 7 lat.

Wyemitowaliśmy ją na urządzeniach desktopowych i mobilnych. Została również zoptymalizowana pod generowanie ruchu na landing page oraz zwiększenie liczby zapisów na kursy.

Formaty, które wykorzystaliśmy:

- reklama bannerowa z wykorzystaniem testu A/B
- karuzela
- video.



~ 2 500

kliknięcia reklam

~ 400 000

wyświetlenia reklam

~ 130 000

zasięg kampanii

Reklama Google Ads – Słowacja

Wystartowaliśmy również z kampanią reklamową w wyszukiwarce Google, która została ukierunkowana na trzy główne obszary:

- zwiększenie ruchu: kampania reklamowa i brandowa pojawiająca się na zapytania o szkoły językowe dla dzieci, kursy języka angielskiego dla dzieci w wieku 2-7 lat
- wzmocnienie wizerunku: kampania bannerowa w sieci reklamowej Google do osób posiadających dzieci, zainteresowanych kursami angielskiego
- działania remarketingowe: kampania bannerowa kierowana do odwiedzających stronę Teddy Eddie.

~ 550 000

wyświetleń reklam

~ 5 600

kliknięć w treści reklamowe



**EFEKTÍVNA
ANGLIČTINA**

PRE DETI VO VEKU 2 AŽ 7 ROKOV

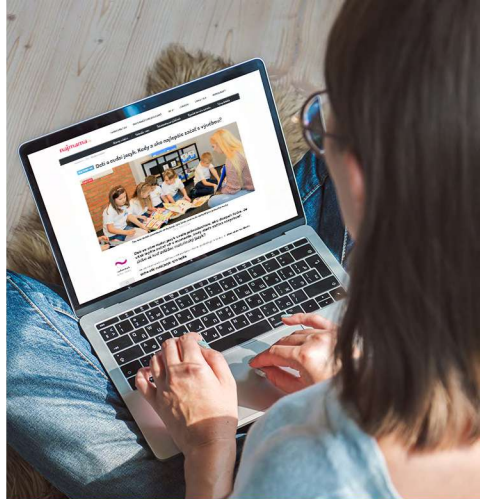
HĽADAŤ

Content – najmama.sk

Decydując się na działania contentowe na Słowacji, zdecydowaliśmy się na współpracę z dwoma podmiotami.

Pierwszy z nich to najmama.sk, gdzie zamieściliśmy artykuł natywny o tym, kiedy i jak najlepiej zadbać o nauczanie języka obcego u swojego dziecka.

Za merytoryczne opracowanie tekstu odpowiadali eksperci Teddy Eddie, którzy przygotowali artykuł.



~ 6 000

wyświetleń artykułów

~ 3 minuty

średni czas na artykule

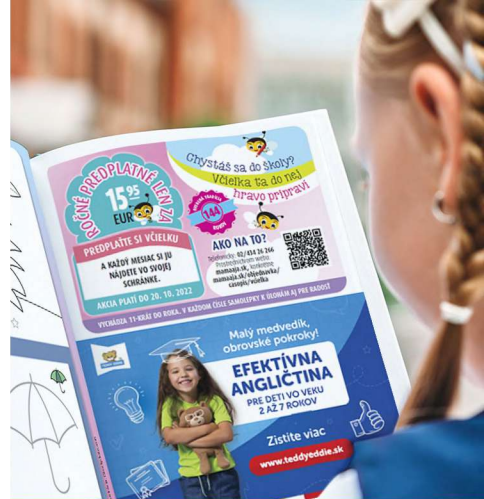
~ 5 000

unikalnych odwiedzających

Content – mamaaja.sk & Včielka

Drugi z podmiotów to Včielka, co w połączeniu z mamaaja.sk pozwoliło nam na skorzystanie z artykułu natywnego, posta na Facebooku oraz wysyłki specjalnego newslettera.

Ponadto w druku pojawiła się reklama Teddy Eddie oraz gra językowa dla dzieci i ich rodziców.



~ 3 500

wyświetleń
artykułów

~ 2,5 minuty

średni czas
na artykule

~ 17 000

otrzymanych
newsletterów

~ 60 000

zasięgu postu
na Facebooku

abanana
A D V E R T I S I N G



GRUPA

Zapraszamy do współpracy. Jaką kampanię moglibyśmy przygotować dla Twojej marki?