

Drożdże Babuni

Pyszna aktywizacja fanów
Drożdży Babuni
w latach 2020-2022



Jak zaczęła się nasza współpraca?

Lesaffre Polska to nasz wieloletni klient, z którym współpracujemy już od 10 lat.

Producent drożdży zgłosił się do nas z zadaniem opracowania, wdrożenia i obsługi atrakcyjnego dla klientów (piekarni i cukierni) programu lojalnościowego. Sprostaliśmy oczekiwaniom, program nazwaliśmy Lesaffre Strefa Premium.

Następnie zaproszono nas do opracowania spójnej koncepcji długotrwałej komunikacji z klientami marki. Social media firmy zostały stworzone od podstaw, w oparciu o idee tradycji i renomę produktu. Zasadą naszego współdziałania jest partnerstwo i dialog.



Kim jest nasz klient?

Długoletnia tradycja jest tym, co wyróżnia i charakteryzuje Drożdże Babuni.

Mowa o firmie, która niejednokrotnie ustala standardy na rynku. Jej produkt jest niezbędny w polskiej kuchni i cieszy się dużą popularnością wśród miłośników wypieków.



Nasze zadania

Współpraca wymagała od nas skupienia się na priorytetach naszego klienta, czyli na **opracowaniu spójnej komunikacji medialnej**.

Promocję marki zaczęliśmy od stworzenia i prowadzenia social mediów firmy. W ramach dodatkowych działań zostały zorganizowane **konkursy**, a w późniejszym okresie przeprowadzono dwie **akcje ambasadorskie**, które zbudowały wizerunek marki, oparty na autentycznych pasjonatach pieczenia.



Skupienie nie tylko na wizerunku



Budując wizerunek marki, eksponowaliśmy zaangażowanie odbiorców, rozwijaliśmy różne kanały komunikacji.

Istotną rolę odgrywają Ambasadorzy marki, którzy dzielą się swoją pasją. Stałe zaangażowanie konsumentów utrzymujemy, aktywizując ich poprzez konkursy, akcje ambasadorskie oraz inspirujący content w social mediach.

Prace strategiczne

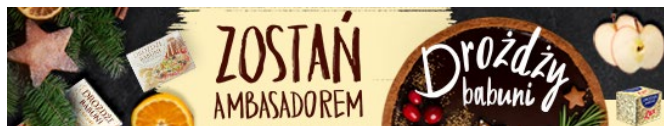
W wyniku dokładnej analizy dotychczasowych działań, a także nowatorskich rozwiązań marketingowych zespół specjalistów agencji zdecydował się na **stworzenie nowych platform komunikacyjnych Drożdży Babuni**, w skład których wchodziły konta na Facebooku oraz Instagramie.



Wyzwanie

Jak zostało już wspomniane – Drożdże Babuni to firma, która ustala standardy na rynku, jest ceniona nie tylko przez konkurencję, lecz przede wszystkim przez konsumentów.

Odbiór wirtualny musiał uwzględniać wymienione aspekty i uzupełnić koncepcję marketingową marki o współczesne formy kontaktu z odbiorcami. Chcieliśmy, aby marka była reprezentowana przez osoby, które używają produktu na co dzień. W tym celu przeprowadziliśmy konkurs, który miał wyłonić **przedstawicieli (nazwanych później Ambasadorem) Drożdży Babuni**.



Ambasadorzy na medal

Działania prowadzone przez naszych specjalistów obejmowały kilka etapów. Dla jeszcze większej skuteczności promocji w maju 2020 roku ruszyliśmy z pierwszą edycją akcji ambasadorskiej, której celem było wyłonienie **Ambasadorów marki**. Akcja była wspierana poprzez **kampanię promocyjną** na Facebooku, Instagramie oraz za pośrednictwem Messengera.



Zamysł kampanii był niezwykle istotny. Osoby, które wzięły w niej udział, miały za zadanie umieścić pod postami konkursowymi swoje propozycje wypieków drożdżowych zgodnych z tematyką każdego etapu.

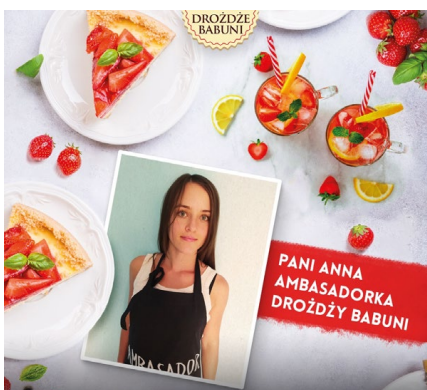
Skonstruowana w taki sposób kampania okazała się skuteczna i interesująca dla jej adresatów, już od samego początku, co potwierdzały zasięgi, a także pozytywny odbiór akcji.

Efekt

Otrzymaliśmy naturalny content w postaci zgłoszeń konkursowych, który został wykorzystany w komunikacji na profilach „I_jest_pysznie”, na stronie www oraz w specjalnym e-booku. Nawiązaliśmy współpracę z 12 wielbicielami wypieków, którzy stali się Ambasadorami marki.

Tym samym marka zyskała na autentyczności, a akcja okazała się dużym sukcesem.

W odpowiedzi na aktywność fanów wystartowała druga edycja konkursu, co zachęciło naszego klienta do dodatkowych działań z influencerami.



#bakeathome

W kwietniu 2020 roku przeprowadzono konkurs **#bakeathome**, który miał dwa cele: zachęcić odbiorców do pozostania podczas pandemii w domu, a także do pieczenia z wykorzystaniem Drożdży Babuni. Akcja przyjęta została z uznaniem.

Kim są Ambasadorzy?



Do Ambasadorów trafiło 12 brandowanych paczek z gadżetami kuchennymi zawierającymi fartuchy, ściereczki oraz przepiśniki. Powstał również sezonowy e-book z unikalnymi przepisami autorstwa naszych Ambasadorów, który doczekał się swojej papierowej wersji. **E-book został pobrany łącznie 2352 razy.** Sukces przeprowadzonej akcji przyczynił się do powstania II edycji pod hasłem „Kulinarna podróż po Europie”.



Wysyłka kreatywna z okazji Dnia Pizzy

Współpraca z influencerami



1

wysyłka
tematyczna



+2073%

wyświetleń



+457%

interakcji
z postami



+700%

odwiedzin
profilu



+1840%

użytkowników,
do których
udało się dotrzeć

Aby wysyłka była jeszcze bardziej atrakcyjna dla odbiorców, zestawy zapakowaliśmy w pudełka do pizzy z naklejką Drożdże Babuni Delivery i listem zaprojektowanym na wzór ulotki z pizzerii, co spotkało się z niezwykle pozytywnym odbiorem obdarowanych.



Propozycje influencerów



waffle.plantation
Wrocław



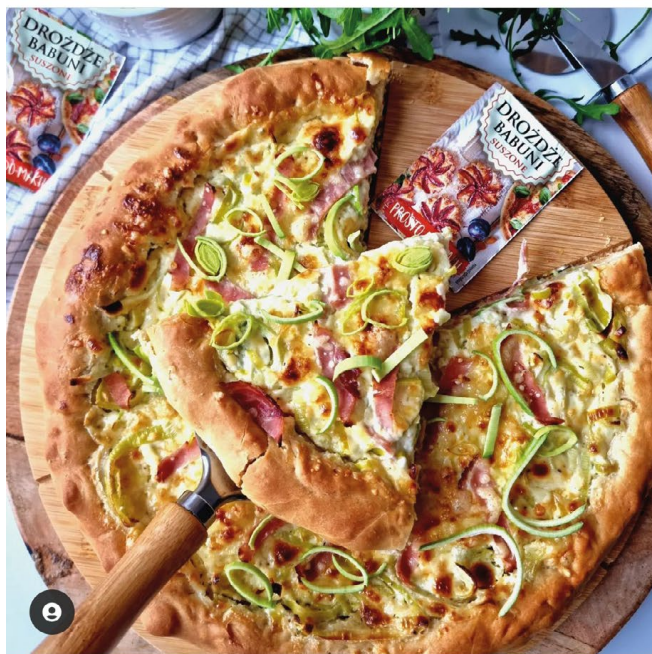
plateby.kate
Żyrardów



plateby.kate
Żyrardów



ladyhashii



1 318 polubień

ladyhashii Dzień Pizzy 🍕🍕
U nas poszły już dziś dwie 😊😄... więcej
Zobacz wszystkie komentarze: 62

Live z okazji tłustego czwartku



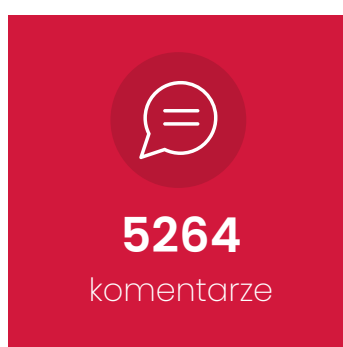
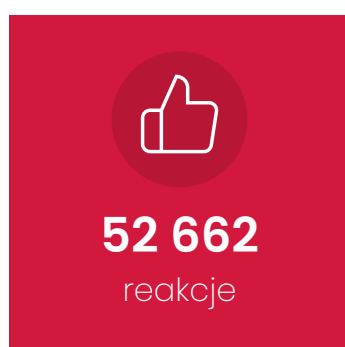
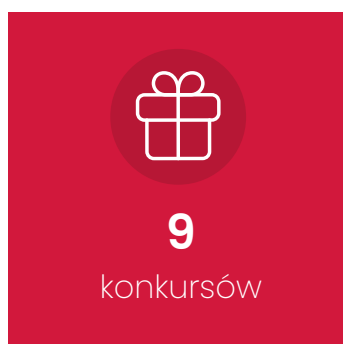
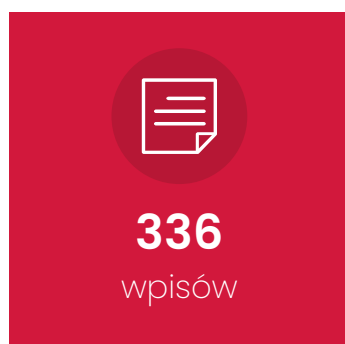
W ramach współpracy z influencerami został przeprowadzony live z autorką e-booków kulinarnych. **Aleksandra Tatka**, bo o niej mowa (**@ola_tatka**), która na swoim Instagramie zgromadziła 184 tysiące obserwujących, prowadziła transmisję, podczas której - wspólnie ze swoją mamą oraz córeczką - smażyła pączki na tłusty czwartek. Live spotkał się z dużym odzewem wśród „drożdżowej” społeczności.

Transmisję na żywo oraz jej zapis na Instagramie **@i_jest_pysznie** obejrzało ponad 37 tysięcy osób.

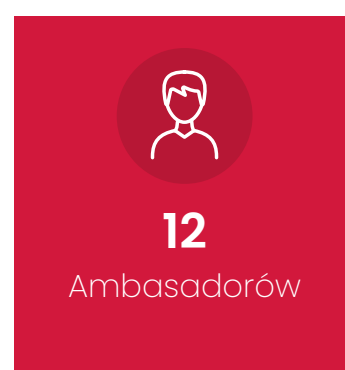


Rezultat działań w okresie 2 lat

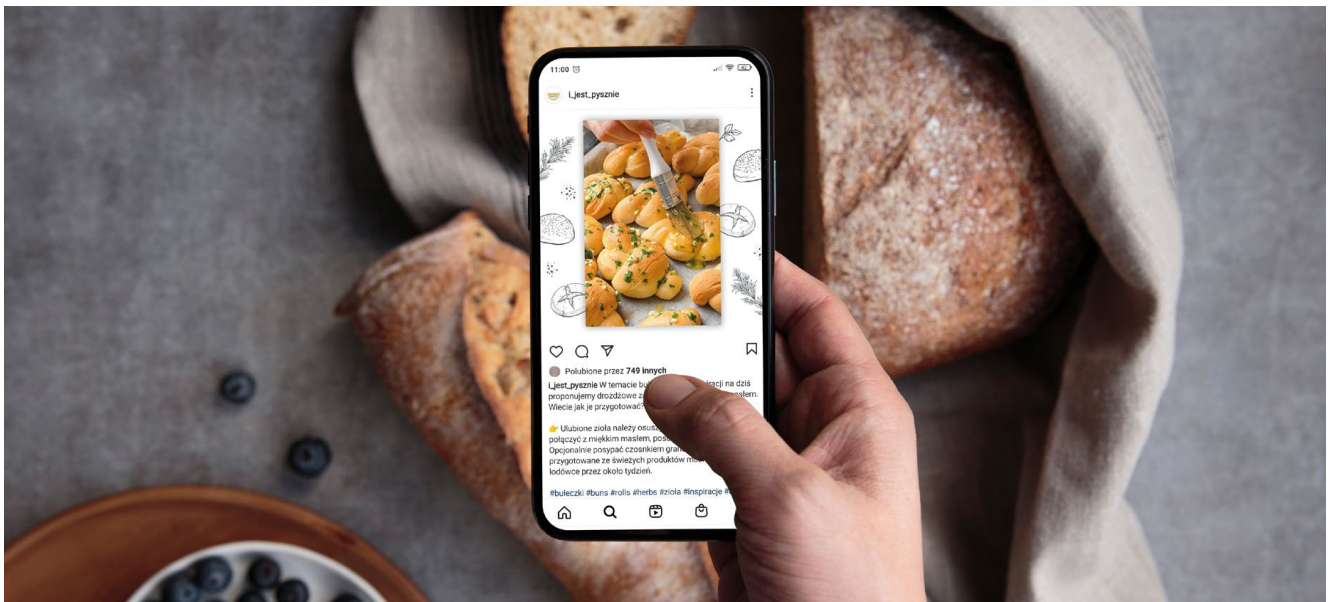
(10.2019 – 10.2021)



Rezultat działań konkursowych



Efekt finalny współpracy



Nasi klienci:



Nagrody i oceny klientów:



2013
Effie Awards
Pro bono



2015
Davey Awards
Social Media
i geolokalizacja



2011 | 2010
3x Webstar
Usługi
profesjonalne



2008
Złota Matka
Zaawansowane
technologie



Informuje jasno i szczegółowo, w jaki sposób wydawany jest nasz budżet
1. miejsce w Polsce



Rozumie brief
1. miejsce w Polsce



Współpracuje z nami w rozwiązywaniu problemów marketingowych
1. miejsce w Polsce



Oferuje obsługę w kanale mobilnym
1. miejsce w Polsce



Zna daną kategorię produktową i jej sytuację rynkową
1. miejsce w Polsce



Usługi agencji warte są pieniędzy, które jej płacimy
1. miejsce w Polsce



Abanana

os. 2 Pułku Lotniczego 47A
31-870 Kraków

www.abanana.pl