

Podpořit značku i vydělávat. Letošní kampaně pro Annonci vymýšlejí a realizují Magnas Media a Lovebrand

Praha 12. května – Inzertní web a noviny Annonce plánují letos on-line kampaň, která bude mít dva vrcholy – v květnu/červnu a na podzim. Cílem je zvýšit znalost značky a podpořit nové služby, které se vstříc uživatelům čím dál více přesouvají na internet. Letos poprvé by on-line příjmy Annonce měly přesáhnout tržby z tištěného vydání.

„Minulý rok jsme pracovali na náplni značky, letos ji chceme dostat mezi lidi a upozornit, že jsme na internetu, co se týče služeb, bezesporu nejlepší. I proto jsme se rozhodli ke stávající spolupráci s brandkonzultanty z Lovebrandu přizvat také agenturu Magnas Media,“ vysvětluje Lenka Černá, výkonná ředitelka Annonce.

Kampaně Annonce se letos zaměří nejen na značku, investovat se bude více i do výkonnostní reklamy. Právě tu má na starosti agentura Magnas Media. „Pamatuju si, jak si moje maminka pravidelně kupovala Annonci a s tužkou v ruce zaškrťovala zajímavé inzeráty. Dnes už to díky internetu není třeba a my to chceme lidem ukázat,“ říká Linda Máchová z Magnas Media, která má projekt na starosti.

K tomuto postřehu Lenka Černá dodává: „Z kvantitativního výzkumu o chování inzerentů je patrné, že nás lidé často berou jako značku tradiční a konzervativní. A možná proto nás tak dobře nezná mladá generace. Pak nás logicky nehledá mezi těmi, kdo poskytují své služby prostřednictvím internetu, kam jsou mladí zvyklí chodit. Což je věc, kterou se chystáme změnit.“

Ve výkonnostních kampaních bude využita detailní segmentace cílové skupiny vycházející ze životních situací, ve kterých Annonce dokáže zákazníkům pomoci, a také zájmů a věkových kategorií. Nově se Annonce pouští i do RTB, které doplní další výkonnostní kanály, se kterými již má zkušenosti – Facebook, AdWords a Sklik. Tyto kanály podpoří také brandovou část kampaně.

„Na Annonci se inzeruje doslova všechno, od autobusu po sbírku pivních etiket. Když to zkombinujeme s množstvím situací, ve kterých zákazníky oslovujeme, jde o zakázku náročnou na empatii: kombinací, do kterých se musíme vžít, jsou stovky. Právě proto je to cenná zkušenost. Vážíme si důvěry klienta i možnosti pracovat pro tak silnou značku, jakou Annonce je,“ dodává závěrem Robert Renč z Magnas Media.



Kontakty pro média:**Andrej Slivka****E-mail:** press@annonce.cz**Telefon:** 774 570 823**Daniela Vinšová****E-mail:** daniela.vinsova@taktiq.com**Telefon:** 777 875 242**Robert Renc****E-mail:** robert.renc@magnas.cz**Telefon:** 737 213 561**Honza Páv****E-mail:** honza@lovebrand.cz**Telefon:** 724 666 236**O Annonci, www.annonce.cz**

Annonce díky svým inzerátům spojuje nabídku s poptávkou a pomáhá tak lidem, zvířatům i věcem hledat užitek. Web Annonce měsíčně navštíví zhruba 350 000 reálných uživatelů, kteří mají k dispozici kolem 210 000 inzerátů denně. Ve většině rubrik mohou uživatelé inzerovat zdarma jak na webu, tak v novinách. Web Annonce umožňuje inzeráty snadno a chytře zadávat i vyhledávat a je dostupný také v mobilních telefonech. Všechny inzeráty jsou zároveň uveřejněny v tištěných novinách, které vycházejí pravidelně každé pondělí, středu, pátek a sobotu na 7 500 místech po celé republice. Nejvíce inzerátů nabízí Annonce v rubrikách Reality, Práce, Auto-moto a Seznamka.

O Magnas Media, www.magnas.cz

Společnost Magnas Media působí na trhu od roku 2012, v roce 2014 vznikla sesterská Magnas Performance zaměřená na výkonnostní online marketing. V úzké spolupráci s Magnas Creative (2016) se specializujeme na poskytování služeb v oblasti marketingových strategií, online marketingu, emailingu, kreativní využití a plánování TV a ostatních offline médií. Jsme zkušený tým odborníků, kdy našim klientům vždy přinášíme řešení na míru s důrazem na plnění stanovených cílů. Mezi naše klienty patří například Annonce, Asus, Amer Sport, Equa bank, Herbalife, Czech Tourism a další.

O Lovebrandu, www.lovebrand.cz

Lovebrand je konzultantská firma, která pomáhá malým a středním firmám budovat a řídit svou značku. Jejím cílem je ukázat, že tvorba značky může být srozumitelná, zaměřená na konkrétní výsledky a dostupná i pro firmy, které si běžné způsoby tvoření značek nemohou dovolit. Od roku 2013 pomáhal Lovebrand se značkami jako Annonce, Rohlik.cz, SportObchod.cz, Freshlabels nebo Club-Mate.

