

Kampania PR – wprowadzenie nowego produktu na rynek.

Case study kampanii PR na przykładzie maseczki samoprzylepnej MASTICK

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

ETISOFT MASTICK

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne. Wdrożenie nowego produktu na rynek – kampania PR i działania medialne.

Szybki kontakt

Zaloguj się

Zamów ofertę

1

Produkt

4

miesiące działań (planowanie oraz realizacja)

2157109

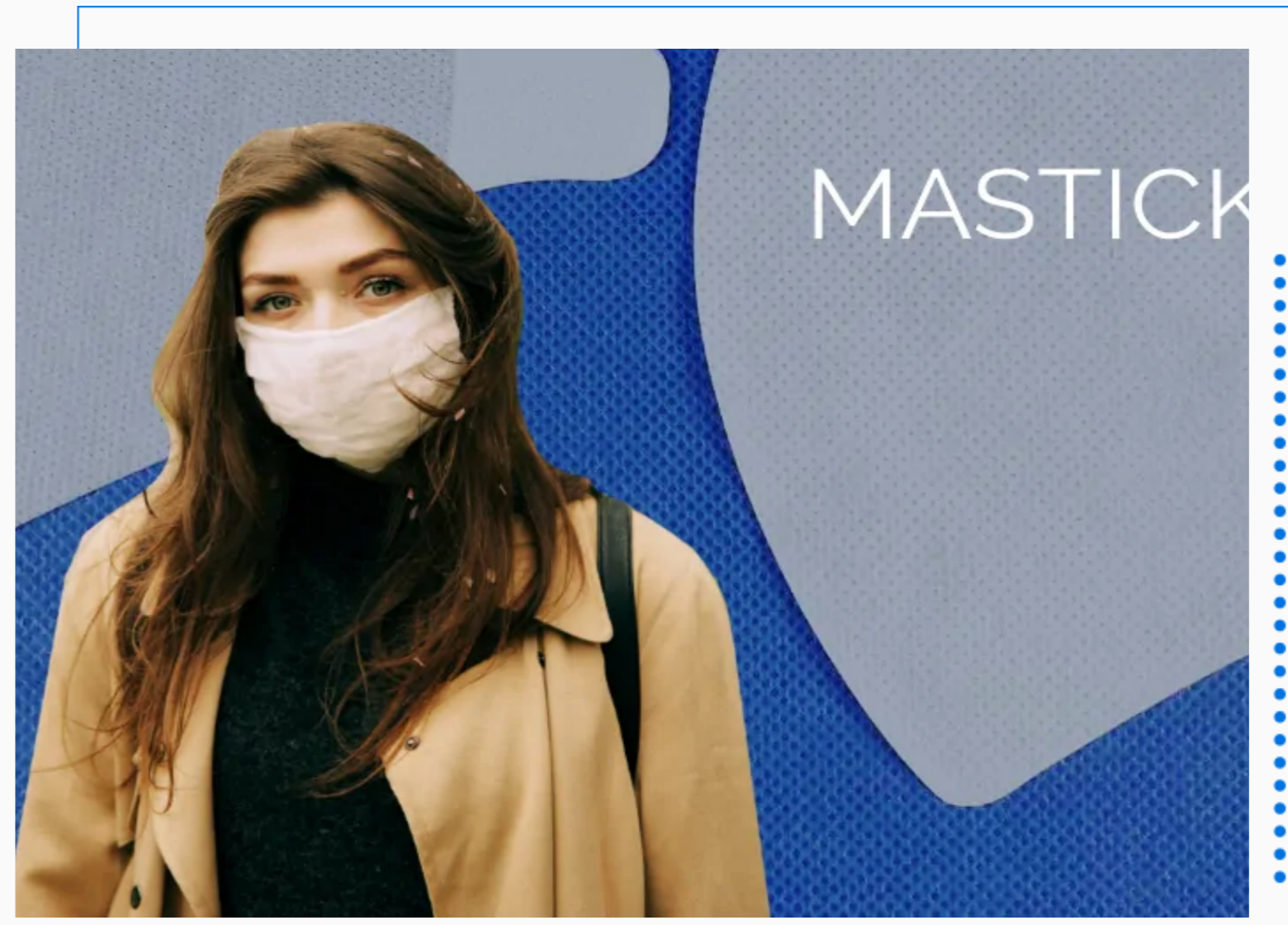
odbiorców komunikatów medialnych



Pobierz Case study ↓

Historia klienta

Firma Etisoft istnieje na polskim rynku od ponad 20 lat. Jej głównym obszarem specjalizacji jest produkcja nowoczesnych oznaczeń przemysłowych i systemów Auto ID dostosowanych do indywidualnych wymagań użytkowników. Na co dzień firma dostarcza różnorodne rodzaje etykiet, drukarki etykiet oraz roboty AMR. Kryzys związany z epidemią był jednak impulsem do wykorzystania dotychczasowych technologii, wiedzy oraz parku maszynowego w walce z koronawirusem. W efekcie w marcu 2020 ETISOFT stworzył innowacyjne maseczki samoprzylepne MASTICK. Wprowadzenie nowego produktu na rynek było także okazją do rozwinięcia kolejnej kategorii produktów – ETISOFT PERSONAL PROTECTION.



CELE BIZNESOWE



Wprowadzenie nowego produktu na rynek polski i prezentacja szerokiemu gronu odbiorców (media, odbiorcy indywidualni, odbiorcy hurtowi).

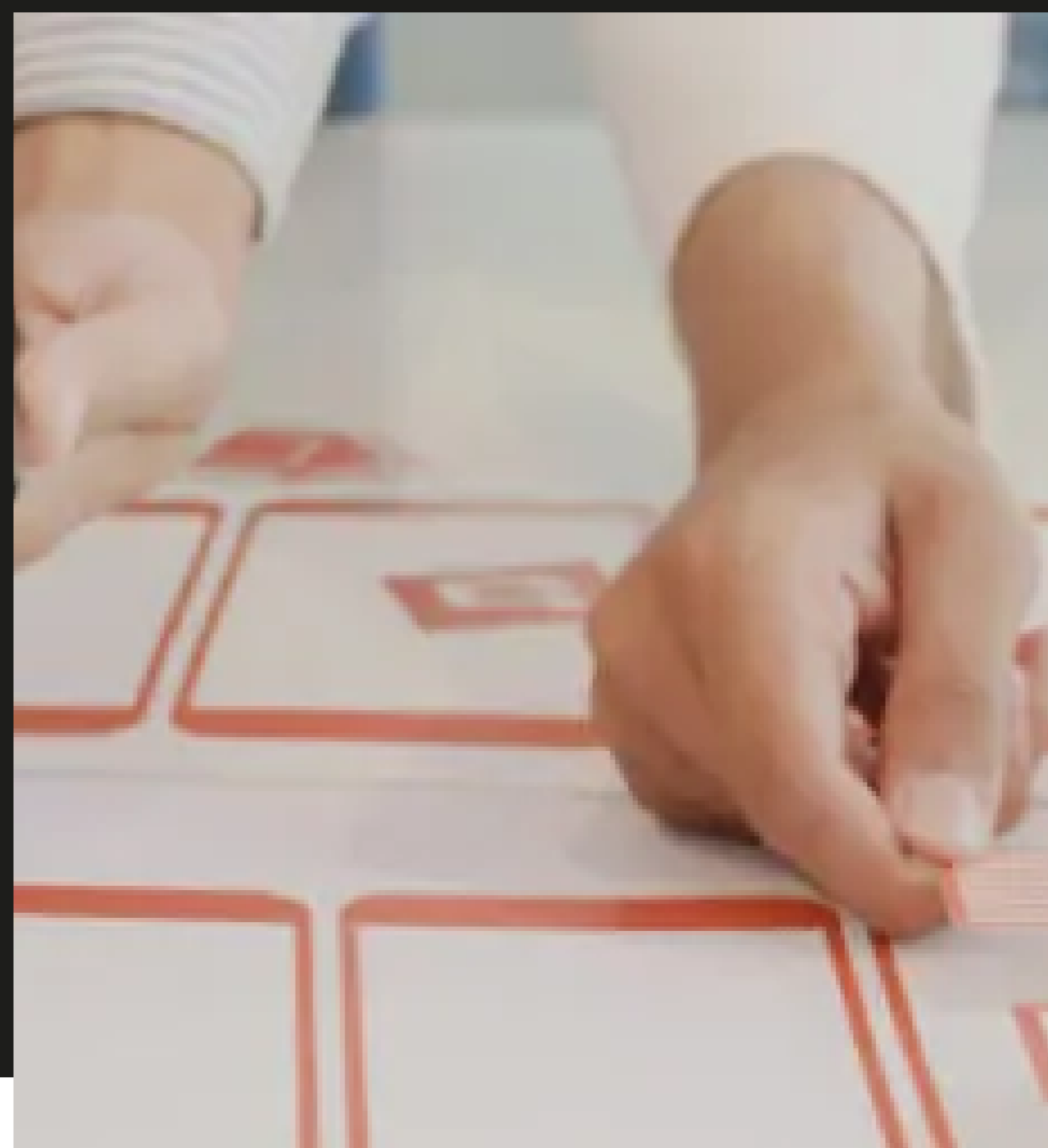
Wzrost świadomości istnienia marki oraz zainteresowania maseczkami samoprzylepnymi MASTICK.
Wzrost wejść na do sklepu internetowego oraz regularnego pozyskiwania zapytań ofertowych.

JAK WPROWADZIĆ NOWY PRODUKT NA RYNEK? ROZWIĄZANIE

Wdrożenie nowego produktu było kolejną okazją, aby przedstawić Etisoft, jako markę, która nie tylko aktywnie uczestniczy w zmianach na rynku, lecz staje się także ich kreatorem.

Jest to spójne z dotychczasowym wizerunkiem, który oparty jest na filarach takich jak: profesjonalizm, szeroka wiedza z zakresu nowych technologii, proaktywność. Wartości te można zauważyć we wszystkich działaniach Etisoft.

Pamiętając o powyższych wartościach, zastosowaliśmy narzędzia i działania, doskonale wpisujące się w ramy dotychczasowych działań: przemysłową komunikację z mediami, optymalizację sklepu pod kątem SEO oraz kampanię Google Ads.



Wprowadzenie nowego produktu na rynek – działania medialne

Jak wprowadzić nowy produkt na rynek? Planując odpowiednią komunikację. Naszą komunikację marketingową oparliśmy na prezentacji innowacyjności polskiego rozwiązania, nawiązując do dotychczasowego wizerunku marki – specjaliści oferującego usługi i produkty z zakresu nowych technologii. Efektem, do którego dążyliśmy, był wzrost świadomości istnienia produktu na rynku. Przygotowany przekaz skierowano do szerokiego grona odbiorców oferty Etisoft – zarówno firm, instytucji państwowych, jak i indywidualnych użytkowników maseczek. Zespół prasowy Complace był w intensywnym kontakcie z kluczowymi redakcjami. Komunikaty dystrybuowano do poszczególnych grup mediów: ogólnopolskich, regionalnych oraz branżowych (kosmetycznych, medycznych, logistycznych) z podziałem na: telewizję, radio, prasę oraz portale internetowe. W efekcie z komunikatem medialnym dotarliśmy aż do 2 157 109 osób, a publikacje i wzmianki ukazały się w telewizji, radiu, prasie drukowanej oraz na portalach internetowych. Dotarliśmy do tytułów takich jak: Teleexpress, Radio Eska, Dzień Dobry TVN, Dziennik Zachodni.



Wprowadzenie nowego produktu na rynek – działania SEO i Google Ads

Działania medialne to jedynie element naszej strategii, który wpływa na wzrost świadomości istnienia produktu. Wzmocnieniem przekazu były działania SEO i Google Ads, które pozwoliły nam dotrzeć do osób z założenia zainteresowanych ofertą i wpisujące odpowiednie frazy w wyszukiwarkę Google.

Nasz dział SEO przeprowadził audyt sklepu internetowego oraz analizę haseł, które interesowały potencjalnych odbiorców produktu. W efekcie stworzono szczegółowy plan, dzięki któremu krok po kroku wdrożone zostały poszczególne wytyczne, które pozwoliły zmaksymalizować ruch w sklepie internetowym. Odpowiednio zaprojektowana kampania Google Ads, oparta na materiałach graficznych, chwytliwych hasłach oraz wyselekcjonowanych frazach była dopełnieniem działań kierujących odbiorcę do wirtualnego sklepu.

W efekcie potencjalny użytkownik wpisujący jedną z istotnych dla nas fraz trafił na ofertę maseczek.

Wykorzystane produkty

Pozycjonowanie stron

Pozycjonowanie stron www – kompleksowe SEO dla stron oraz sklepów

[Dowiedz się więcej →](#)

Angażująca kampania reklamowa

Angażująca kampania reklamowa zaczyna się od strategii marki

[Dowiedz się więcej →](#)

Place of communication

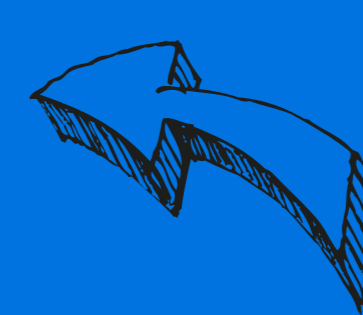
Dialog z klientem to esencja nowoczesnej komunikacji. Słuchasz wystarczająco uważnie? Czy Twoja strategia komunikacji dobrze opowiada o Twoim produkcie? Jakimi metodami mierzysz jej skuteczność?

[Dowiedz się więcej →](#)

Potrzebujesz pomocy w rozwoju biznesu?



Bartosz Zieliński
Dyrektor Zarządzający
+48 665 379 071
b.zieliński@complace.pl



Public relations

Kampania PR
Zarządzanie kryzysowe
Komunikacja wewnątrzna
Employer Branding

Strategia marketingowa

Marketing B2B
Marketing referencyjny
Audyt marketingowy
Strategia komunikacji
Kanały komunikacji

Inne usługi

Customer lifetime value
Pozycjonowanie stron
Google Ads
Wsparcie sprzedaży
Tworzenie stron www
Eventy
Branding
Food marketing

Case studies

Rebranding rodzinnej
Strategia marketingowa
Rebranding marki premium

Firma

O nas
Kontakt
Panel logowania
Blog