

Tisková zpráva

Praha, 10. srpna 2016

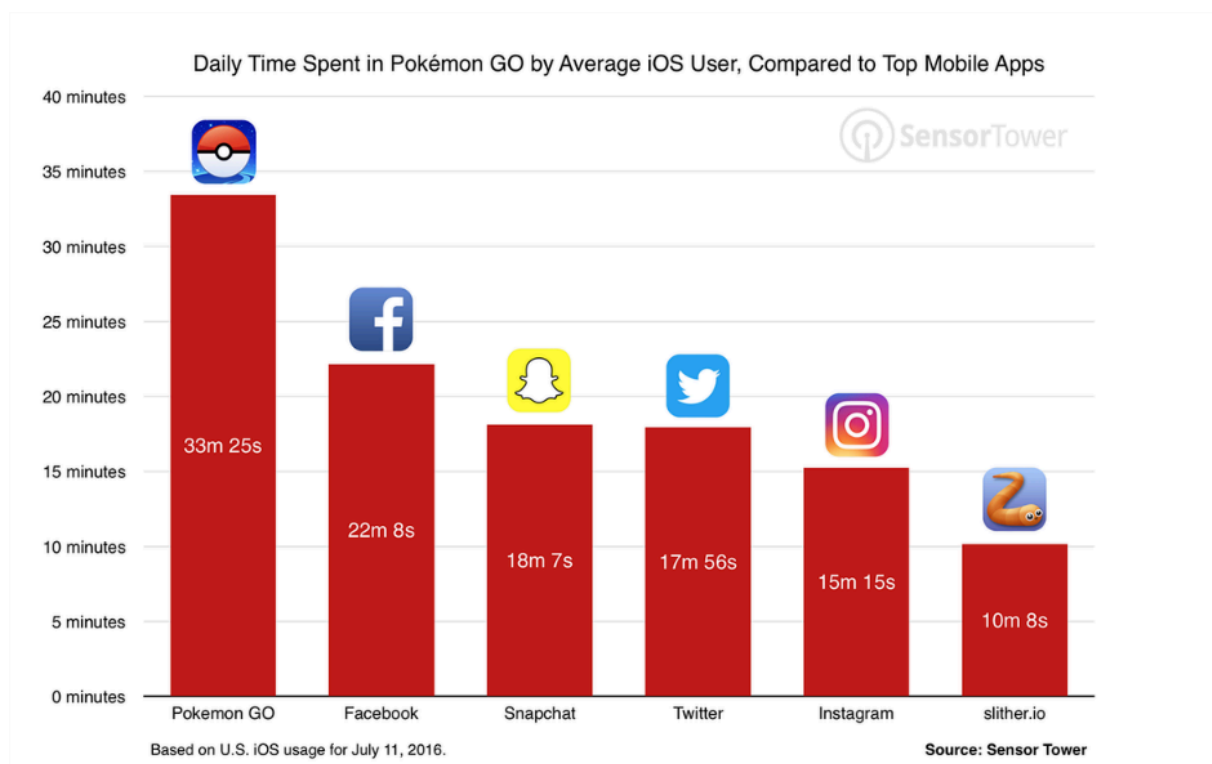
Jak využít Pokemon Go pro svoji firemní kampaň?

Děti, teenageři ale i dospělí pobíhají po ulicích měst i v přírodě a hledají dalšího pokémona do sbírky. Marketingové využití tak masivního trendu je nasnadě. Takto vysokou koncentraci a organizaci hráčů lze totiž využít i v byznysu.

Hru Pokemon Go představila firma Nintendo počátkem letošního července. Aplikace velmi chytře kombinuje trochu zapomenutý fenomén kreslených postavíček ze stejnojmenného seriálu s nejnovějšími mechanismy chytrých telefonů. V rámci hry můžete pokémony chytat, trénovat, zápasit s nimi, a to v reálném prostředí. Doslova přes noc se z herní aplikace stal novodobý trend, který do ulic vyhnal tisíce lidí po celém světě.

A nový trend s sebou přinesl i obrovský obchodní potenciál. Firma Nintendo tak během 14 dnů zdvojnásobila svoji tržní hodnotu a samotná hra v polovině července [překročila počet denních aktivních uživatelů Twitter](#), který sleduje více jak 21 mil. uživatelů na celém světě. Uživatelé této hry tráví v aplikaci dokonce o třetinu více času než na sociální síti Facebook.

Pokemon Go navíc trhá rekordy i v engagement marketingu, tedy ve snaze prodejců zapojit zákazníky do vývoje produktu. „Může se zdát, že se jedná jen o módní záležitost, která hned přejde. Pokud by tomu tak mělo být, musela by aplikace vykazovat znaky jako nízký celkový čas strávený v aplikaci nebo nízké počty nových instalací a aktivních uživatelů. Všechny tyto statistiky však, jak je výše uvedeno, trhají rekordy,“ říká Vojtěch Lambert, ředitel digitální agentury LCG New Media.



Lze propojit byznys a zábavu?

Síla mobilních aplikací spočívá zejména v tom, že vytváří a spojuje lidi do komunit. Hráči organizují různé akce a aktivity včetně společného lovu pokémonů. Aplikace PokemonGo je navíc natolik populární, že se neustále pracuje na jejím vylepšení a rozšíření. *„Vznikají strategická partnerství a další placené možnosti pro firmy. Jejím vlivu se dá vhodně využít pro posílení propojení komunikace vaší značky a nadšenými hráči, kteří pro vás představují nové potencionální zákazníci. Proto, pokud je vaše cílová skupina vhodná pro podobné aktivity a víte, že komunita aplikaci využívá, neváhejte investovat do tohoto propojení. Otestujte, co Vám tento trend může přinést,“* radí Vojtěch Lambert s tím, že možností, jak zbrusu novou cílovou skupinou pracovat je hned několik.

Pokémon jako návnada

Zjistili jste, že na vaší pobočce nebo prodejně jsou k mání zajímaví Pokemoni? Dejte vědět všem na sociálních sítích, jaké poklady se u vás skrývají. Zkontrolujte, zda v okolí vaší firmy není tzv. tělocvična nebo PokeStop. Pokud ano, můžete zapojit hned několik aktivit, jak nalákat hráče PokemonGo k sobě do prodejny nebo firmy. Můžete například uspořádat turnaj a vítěze odměnit speciální akcí na pobočce. Trenéři mohou mít i stálou výhodu či slevu. Nebo můžete na PokeStopech využít tzv. „lure modulu“, tedy zainvestovat do něj a přilákat tak k sobě další uživatele a potencionální zákazníci.

Uspořádejte akce

Jste zajímavý brand a lidé s vámi komunikují na pravidelné bázi? Uspořádejte pro ně akci s cílem lovení Pokémonů. Značka pak profituje nejen ze spojení, ale i šíření a případných speciálních akcí na firemní produkty.

Kontakt pro média:

Martin Eckstein

PR Consultant

Tel.: 731 46 48 46

Mail: martin@eckstein.cz

O LCG NEW MEDIA:

Jsme digitální divizí poradenské společnosti LCG-360°Consulting. Pro naše klienty řídíme kampaně na území České republiky, Evropy a Ruska. Zaměřujeme se na vytváření strategií fungování značek a společností v online prostředí. Navrhujeme unikátní ekosystémy pro společnosti na míru ať už prodejní nebo v rámci reputation managementu. Specializujeme se na propojování akvizičních kanálů a budování značky skrze sociální sítě. Propojujeme online a offline strategie pro dosažení maximálních výsledků. Jsme také držiteli certifikace a zároveň i Partnerem Google. Máme za sebou desítky úspěšných kampaní jak pro středně velké podniky, tak i nadnárodní společnosti. Pracovali jsme nebo pracujeme pro klienty z těchto odvětví: zdravotnictví, farmacie, cestovní agentury, energetika, pojišťovnictví, automobilový průmysl a servis, internetové portály a eshopy, koupelnová studia, zábavní průmysl, pohostinství, výrobní sektor, elektronika a elektrotechnika, FMCG a další. Více info na www.lcgnewmedia.cz/.
