

Schlecker - Lékárna

Jeden z největších evropských prodejců drogistického zboží a provozovatel sítě lékáren úspěšně a efektivně využil mobilních technologií při propagaci svého produktu.

SCHLECKER a.s.
www.schlecker.cz

SCHLECKER

Ve spolupráci s

T-Mobile Czech Republic, a.s.
www.t-mobile.cz

Tektronix
www.tek.com

beevendo s.r.o.
www.beevendo.com

Tržní segment

Maloobchodní prodejce
Farmaceutický průmysl

Problematika

Prodej produktu Geriavit Pharmaton a podpora značky Schlecker.
Cílené oslovení zákazníků v závislosti na jejich profilu, čase a místě výskytu.
Snížení nákladů na získání nového zákazníka.

Řešení

Zákazník je informován o produktech prostřednictvím SMS zprávy.
Reklamní sdělení je zasíláno na základě vytvořeného profilu zákazníka, definované oblasti jeho výskytu a v určeném termínu pro zasílání SMS.

Podmínky reklamní kampaně

Provozovna: centrum Prahy - 2 lékárny
Lokalita: cca 1 km okruh kolem lékáren
Načasování: 14.12. - 21.12. 2009
Doba zasílání SMS: 30 hodin
Cílová skupina: ženy 25-45 let

Rychlé a efektivní oslovení zákazníků

Společnost Schlecker a.s. je jedním z největších prodejců drogistického a farmaceutického zboží v Evropě. Obchodní obrat společnosti se pohybuje kolem 2,3 mld. korun ročně. Její obchodní síť se skládá ze 170 prodejen, které obslouží milion zákazníků týdně.

Společnost zvolila propagaci volně prodejného léku Geriavit Pharmaton za zvýhodněnou cenu. Produkt nebyl nabízen žádným jiným způsobem než prostřednictvím mobilní technologie systému beevendo. Zvýhodněnou cenu mohl zákazník uplatnit po předložení obdržené SMS zprávy. Společně se zakoupeným produktem zákazník obdržel i malý dárek.

Cílem kampaně byla rychlá a efektivní propagace produktu na cílovou skupinu zákazníků v určitých prodejnách v obchodním řetězci.

Podmínky provozu kampaně

Oblast

Pro pilotní provoz byly vybrány dvě provozovny lékáren v centru Prahy. Oblast pro oslovení zákazníků tvořila blízké okolí lékáren nepřesahující jeden kilometr od místa provozovny.

Načasování kampaně

Kampaně probíhala od 14.12. do 21.12.2009, v době od 11:00 do 13:00 hodin a od 15:00 do 18:00 hodin. Celkový čas zasílání SMS zpráv byl celkem 30 hodin.

Cílová skupina

Typický zákaznický profil tvořily ženy v rozmezí od 25 do 45 let. Společnost T-Mobile vybrala celkem 51 040 zákaznických telefonních čísel odpovídajících profilu zákazníka.

Text SMS zprávy

„*Dárek zdarma za tuto SMS při koupi GERIAVIT PHARMATON 100 tbl. za 725 Kč. Klidně svatky přeje Vase lekarna SCHLECKER, {adresa lékárny}. Akce platí do 27.12.09.“

Motivační složka

Každý zákazník prezentující se SMS zprávou obdržel vzorek kosmetiky jako dárek.



Výsledky

V průběhu kampaně bylo osloveno 6 050 zákazníků.
848 zákazníků zakoupilo Geriavit Pharmaton a obdrželo dárek.
Každý sedmý oslovený zákazník zareagoval na zaslání reklamní sdělení.
Konverzní poměr činil 14,02%.

Použité systémy

beevendo - Location Based Services
SMS Connect

Klíčová slova

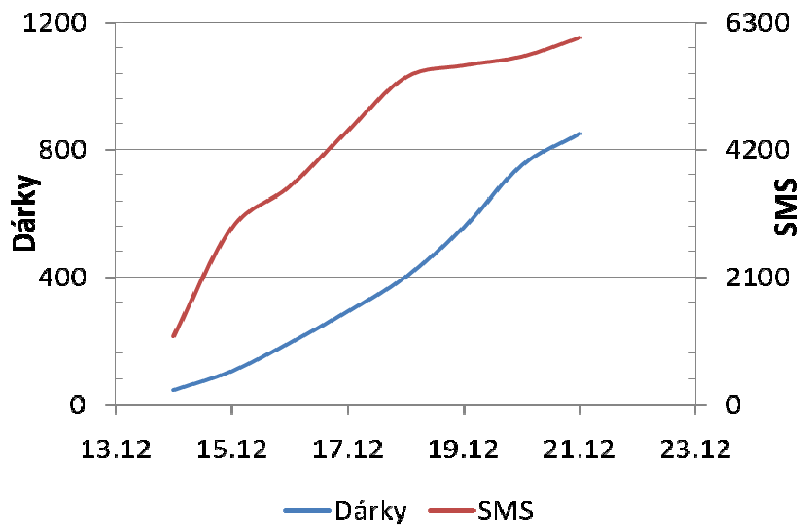
Location-Based Services
Location-Based Mobile Marketing
Push SMS
Reklamní sdělení

Vyhodnocení kampaně

V průběhu kampaně bylo zasláno celkem 6 050 zpráv (11,85% z celkového počtu čísel). Maximální množství zpráv za den bylo 1 786. Průměrný denní počet zaslanych zpráv činí 756. Maximální rychlost při zasílání zpráv je 401 zpráv za hodinu. Průměrná rychlost zasílání zpráv je 202 zpráv za hodinu.

Po dobu kampaně bylo vydáno celkem 848 dáreků, což odpovídá 14,02% z celkového počtu zaslanych zpráv. Maximální počet rozdaných dáreků za den byl 192 ks v neděli a průměrně bylo rozdáno 106 dáreků za den.

Původně byla kampaň plánována do 27.12. 2009. Již 21.12. bylo z důvodu vysokého zájmu zákazníků vyčerpáno množství dáreků. Po vyčerpání dáreků již nebylo možné měřit konverzní poměr, proto byla kampaň zastavena.



Kumulativní průběh odesílání SMS zpráv a vydávání dáreků v průběhu kampaně

Závěr

“Rychlou a vstřícnou reakcí zákazníků jsme byli příjemně překvapeni”.

Petr Doležal,
Generální ředitel,
Schlecker a.s.

Kampaň na produkt Geriavit Pharmaton byla velmi úspěšná. „Propagace produktu prostřednictvím mobilních technologií nás příjemně překvapila,“ říká generální ředitel Schlecker a.s. Petr Doležal a doplňuje: „Reakce našich zákazníků na obdržené SMS byla opravdu velice rychlá, za několik minut po spuštění kampaně již začaly přicházet první zákaznice.“ Úspěch kampaně nijak nepoznamenala ani cena produktu, která se pohybovala v řádech stovek korun. „Nebylo neobvyklé, že zákaznice nakupovaly i několik balíčků najednou a samozřejmě s dalším zbožím,“ tvrdí obchodní asistentka jedné z lékáren, kde kampaň probíhala. Nezanedbatelné je i to, že v průběhu kampaně nebyly zaznamenány žádné negativní reakce na obdržené SMS zprávy.

Velmi vysoké hodnoty konverzního poměru této kampaně, který činil 14%, dokládají, že systém beevendo je vhodnou volbou pro rychlou a efektivní podporu prodeje produktů.



beevendo s.r.o.
Avenir Business Park
Radlická 740/113d, 158 00 Praha 5
Phone: +420 226 227 000
Email: info@beevendo.com

Copyright (c) 2010 beevendo s.r.o. Všechna práva vyhrazena.