

POLISH AIRLINES

LOT

A STAR ALLIANCE MEMBER 



**GRA O...
SOCIALOWY TRON**



WYZWANIE



Winter is coming

Zbliżająca się premiera **finałowego sezonu serialu „Gra o tron”** elektryzowała Social Media. Korzystając z ogromnej popularności serialu, chcieliśmy znaleźć idealny sposób na **zaangażowanie użytkowników i zwiększenie popularności** obsługiwanej przez nas marki **LOT Polish Airlines**.

CELE

- ✓ Wzbudzenie **pozytywnych reakcji** wśród użytkowników profilu **marki LOT**
- ✓ **Dotarcie do osób, które nie były fanami marki, ale były fanami serialu GoT**
- ✓ **Zwiększenie zasięgu** wirusowego profilu oraz **liczby fanów i followersów**
- ✓ **Wzrost liczby przychylnych publikacji** na temat marki

ROZWIĄZANIE

Walka o RTM

Real-Time Driven Marketing to nic innego jak marketingowy refleks. Dzięki niemu marka może w **szybkim czasie organicznie dotrzeć do odbiorców**, którzy wcześniej nie byli dla niej osiągalni. **Marketing w czasie rzeczywistym** wymaga szybkiego i kreatywnego działania.

STRATEGIA

W walce o socialowy tron

Jak podaje IDG Research, 58% użytkowników uważa, że najlepsze strony marek to te, które **angażują społeczność**. Jednocześnie 78% użytkowników docenia, gdy content zamieszczany przez marki jest **prosty i zrozumiały**. Aż 39% konsumentów w wieku 25–45 lat oczekuje **rozrywki i humoru** ze strony marek w mediach społecznościowych. Wniosek? To właśnie takie treści zdobywają zdecydowanie więcej odbiorców i angażują nowych. Ludzie uwielbiają takie marki!

- ✓ Wykorzystanie możliwości **Real-Time Driven Marketingu**
- ✓ Kontekstowe **zwrócenie uwagi** użytkowników na **markę LOT**
- ✓ Odpowiedź na **trzy potrzeby** użytkowników: **prosty komunikat, rozrywkowa treść, angażująca forma**, która wywoła wiele dyskusji

Biorąc pod uwagę te dane, stworzyliśmy **klucz do viralowej treści**, która angażuje, bo dotyczy zainteresowań odbiorców. Jest jednocześnie **jasnym i czytelnym przekazem** oraz pokazuje dystans marki i rozrywkowe podejście do reklamy.

REALIZACJA

Jak zawalczyliśmy o socialowy tron?

Przygotowaliśmy post z montażem, w którym główną rolę zagrał cień – **cień smoka z „Gry o tron”**.



Stworzyliśmy koncepcję, która **w naturalny sposób powiązała markę** LOT Polish Airlines z popularnym w danym czasie serialem GoT.



Zaproponowaliśmy **lekką komunikację i kreatywną kreację** w poście na Facebooku oraz Instagramie, która kontekstowo zwracała uwagę miłośników serialu.



Posty opublikowaliśmy **w czasie największego zainteresowania** fanów premierą ostatniego sezonu GoT.

Każda minuta ma znaczenie, czyli kiedy zaatakowaliśmy

Do określenia najlepszej godziny publikacji wykorzystaliśmy **Google Trends** i analizę stałego **wzrostu zainteresowania nowym sezonem „Gry o tron”**. Dodatkowo zweryfikowaliśmy aktywność użytkowników na profilu LOT-u za pomocą **Sotrendera**. Dzięki temu opublikowaliśmy materiał w momencie, gdy popularność zapytań o serial była już bardzo wysoka, a nasi fani obecni i bardzo aktywni w social mediach.



LOT Polish Airlines

15 kwietnia · 🌐



Zapowiada się dobra pogoda z przelotnymi smokami. ;)



lot.com

👍❤️😂 4 tys.

156 komentarzy 298 udostępnień



EFEKT

**Ponad 3593 pozytywne wzmianki
w ciągu 2 dni na temat LOT
Polish Airlines!**



Komentarze pod kreacją i udostępnianie postu przez użytkowników **na większości profili społecznościowych: Instagram, Facebook, Twitter, LinkedIn**



Ponad

20 000

interakcji łącznie na wszystkich profilach marki



765

udostępnień postu

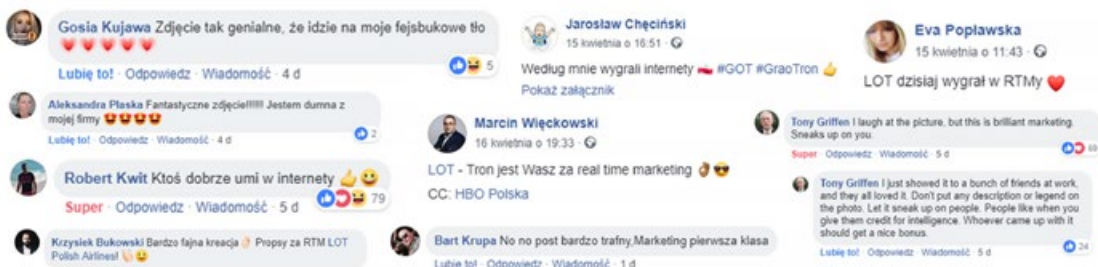


Kreacja uwzględniona **w dwóch rankingach branżowych** stworzonych przez Nowy Marketing oraz Social Press



Pozytywne wypowiedzi ekspertów z branży, udostępnienia postu na profilach poświęconych marketingowi

Okiem społeczności



Okiem ekspertów



#Seize The Throne, czyli jak marki reagowały na premierę ósmego sezonu „Gry o tron”

Autor: Julia Gugniewicz 15.04.2019 2 min czytania 5 242 udostępnienia

Poleć tekst: FB T IN



Strona główna Redakcja Reklama Patronaty Raporty redakcji Kontakt Newsroom Oferty pracy Logowanie Rejestracja

SOCIALPRESS

Szukaj w serwisie...



BIZNES MARKETING VR & AR PRAWO INFLUENCERZY LUDZIE RAPORTY CASE STUDY MIKROFON WYDARZENIA W PRAKTYCE

Strona główna / Polecamy / „Gra o Tron” opanowała social media. Co przygotowały marki w Polsce?

„Gra o Tron” opanowała social media. Co przygotowały marki w Polsce?

Autor: Monika Kuchta, 15/04/2019

Z okazji premiery finałowego sezonu "Gry o Tron", marki w Polsce przygotowały specjalne posty. Co pojawiło się na profilach LOT, KFC, Ballantine's, xkom czy DKMS?



Newsletter

Bądź na bieżąco!
Zapisz się na bezpłatny newsletter.

Email

Zapisz się

WNIOSKI

Składniki naszego sukcesu w walce o tron

- ✓ Nigdy nie marnujemy okazji! Real-Time Driven Marketing w połączeniu z monitoringiem internetu może mieć **wiele zastosowań i przynieść świetne efekty wizerunkowe.**
- ✓ **Warto obserwować aktualne trendy i dyskusje użytkowników w mediach społecznościowych**, a następnie wykorzystać odpowiedni moment do promocji marki.
- ✓ Nawet **pojedyncza kreacja w social mediach może wywołać pozytywny odbiór i zbudować duży zasięg wirusowy**, jeśli zostanie przygotowana w naturalny dla marki sposób.

I jeszcze jeden ważny wniosek

LOT Polish Airlines jest przykładem tego, że **każda marka**, niezależnie od wielkości czy segmentu, **jest w stanie wykorzystać potencjał tkwiący w Real-Time Driven Marketingu.**

08/08

THEY.PL I LOT ŁĄCZĄ SIĘ



Geneza naszego wspólnego zwycięstwa

W Digital Marketing Agency They.pl realizujemy dla LOT Polish Airlines działania w mediach społecznościowych oraz influencer marketing na rynku globalnym, w tym m.in. w Polsce i USA. Do naszych zadań należy również komunikacja biznesowa pod kątem employer branding.

Na czym polega kompleksowe podejście They.pl do komunikacji prowadzonej dla LOT Polish Airlines?



Kreacja – tworzenie spójnego layoutu dla wszystkich kanałów komunikacyjnych



Realizacja – ekosystem działań uwzględniających grupy docelowe w poszczególnych kanałach komunikacji



Sprzedż online – generowana również przy pomocy nowych rozwiązań i odpowiedzi na bieżące trendy i wydarzenia, zawsze zgodnie z istotą marki i jej wartościami



POLSKIE LINIE LOTNICZE
LOT
A STAR ALLIANCE MEMBER

PROMOCJA!

Kup dziś, lataj taniej!
Bilet w obie strony

✈ Europa już od **199** PLN

Azja i Ameryka Płn. już od **1669** PLN ✈
z bagażem w cenie

lot.com

LOT Polish Airlines
· 14 sierpnia ·

Przedłuż sobie wakacje i zaplanuj swój jesienny wypad już dziś! bit.ly/PromocjaWakacyjna_lotcom

👍❤️👍 70 8 komentarzy
4 udostępnienia

Lubię to! Komentarz Udostępnij

Najtrafniejsze ▾

Jadwiga Nowlwerska
Sprawdziłam ceny lotów do Orlando dla LOT, SAS i KLM. Cóż, w SAS i KLM można znaleźć bilety poniżej 2 tys. złotych w jedną stronę, i to mówię o sezonie wakacyjnym w przyszłym roku. LOT? Prawie 2.5 tys. zł. Wydaje mi się, że podatki i pensje są większe we wspomnianych liniach lotniczych i krajach, więc nie rozumiem skąd ta cena w LOT...
Lubię to! · Odpowiedz · 3 t

↳ 2 odpowiedzi

Nowak Kamil
Szkoda, że ceny lotów krajowych są bardzo drogie. Widząc połączenie "Lotowskie" W-wa - Wrocław za co najmniej 300zł (1h) + dojazd za 30zł a PKP za 60zł tylko trwające godzin 10h z mojego miasta (z dużą zniżką) wybór jest oczywisty 😊😊 Jedynie połączenie Lublin-Warszawa trzyma się na "stałym poziomie" ok. 200zł.
Lubię to! · Odpowiedz · 3 t · Edytowano

Krysia Dębska
Gdzie ten NYC za 1,669???

Lubię to! · Odpowiedz · 3 t

↳ 1 odpowiedź

Wybrano tryb sortowania Najtrafniejsze, więc niektóre komentarze mogły zostać pominięte w wyniku filtrowania.

Napisz komentarz...

lot.com

LOT Polish Airlines
· 11 lipca ·

Nasza Superbohaterka, Kinga Drózd, na co dzień pracuje z nami w Centrum Operacyjnym jako specjalista ds. obsługi rejsów specjalnych. Pod koniec marca, w Pizie, podczas Pucharu Świata w szermierce na wózkach, w turnieju głównym żeńskiej szabli (kat. A), Kinga wywalczyła złoty medal. To ogromny sukces, który zbliża naszą mistrzynię do kwalifikacji do Igrzysk Olimpijskich w Tokio 2020. W tym tygodniu nasza medalistka weźmie udział w XIX Edycji Pucharu Świata Szabla Kilińskiego w Warszawie. Trzymamy mocno kciuki za Kingę!

👍❤️👍 597 19 komentarzy
20 udostępnień

Lubię to! Komentarz Udostępnij

Najtrafniejsze ▾

Greg Gores
Gratuluję 🙌🙌🙌
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Sławek Justyniarski
Gratulacje! 🏆
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Krzysztof Supera
Super, gratulacje!
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Kasia Kopanska
Gratulacje !!!
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Andre Endriu
super 🙌
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Ala Szczyrbowska
Powodzenia!
Lubię to! · Odpowiedz · 8 t

Zobacz więcej komentarzy (11)

Napisz komentarz...

Social media LOT Polish Airlines to*:

293 000

fanów na Facebooku

48 800

followersów na Instagramie

21 580

obserwujących na LinkedIn

– jednym z największych w Polsce profili firmowych

6 kanałów

prowadzonych przez agencję They.pl w dwóch językach

they  pl

They.pl Sp. z o.o.
+48 22 479 49 30
they@they.pl

www.they.pl