# ZPRÁVA O ANALÝZE **KAMPANÍ V SOCIÁLNÍCH MÉDIÍCH**

TECHIETREASURE
shop

**Druhé pololetí 2024**

# CÍL ZPRÁVY



TECHIETREASURE
shop

Tento dokument shrnuje osm marketingových kampaní uskutečněných od července do prosince 2024 na Instagramu, Facebooku, TikToku a YouTube.
Analýza zahrnuje dosah, zapojení, prodeje a pozorování kvality obsahu.

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň:
# Rozviňte ji virálně!

**PLATFORM:**



Komentáře:

- Kampaň se opírala o humor, ale postrádala jasný produkt.
- Nízký počet přehrání videa - obsah nebyl dostatečně poutavý.
- Chyběl odkaz na internetový obchod.
- Uživatelé se ptali: "Co přesně inzerujete?"
- V komentářích chyběla relevantní klíčová slova.
- Použitý hashtag nesouvisel se značkou.

**DOSAH: 12,300**

**MÍRA PROKLIKU: 1.1%**

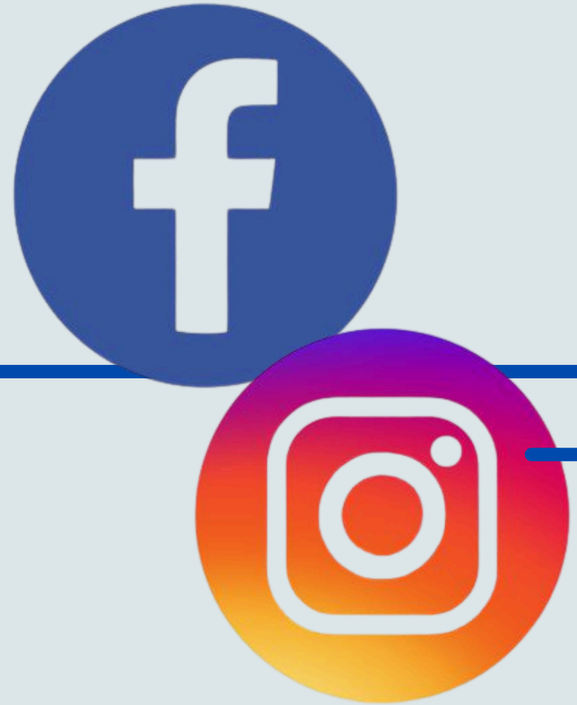
**PRODEJ: 2**

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň:

# Upřednostněte balíček

**PLATFORMA:**



- Jediná kampaň s jasně formulovanou nabídkou a výraznými vizuály.
- Vizuální styl byl konzistentní na všech platformách.
- Polovina kliknutí vedla k opuštěným košíkům - je potřeba lepšího popisu produktů na webu.
- Mnoho sdílení (75+) - dobrá organická viditelnost.
- Někteří uživatelé uvedli, že o TechieTreasure slyší poprvé.
- Dobře načasované v období návratu do školy.

**DOSAH: 8,200**

**MÍRA PROKLIKU: 2,7 %**

**PRODEJ: 8**

TECHIETREASURE
shop

**PLATFORM:**



İNSTAGRAM STORİES

# Kampaň:

# Snažte se podpořit hvězdy

Komentáře:

- Příběhy byly zveřejněny v pracovní době - nízký dosah.
- Nebyly použity žádné interaktivní nálepky.
- Výrobky nebyly jasně zobrazeny.
- Značka zůstala bez povšimnutí.
- Barevné schéma bylo na mobilu špatně čitelné.
- Žádné navazující příspěvky.

**DOSAH: 5,600**

**MÍRA PROKLİKU: 0.9%**

**PRODEJ: 1**

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň:

# Týden výzev

**PLATFORM:**



Komentáře:

- Silná snaha při natáčení, ale nejasné poselství.
- Kampaň nebyla na začátku vysvětlena - působila zmateně.
- Komentáře se pohybovaly od zmatených až po negativní.
- Žádný hashtag spojující se s TechieTreasure.
- Úvod byl příliš dlouhý - diváci odpadli.
- Produkt se ukázal až v posledních 8 sekundách.

**DOSAH: 11,100**

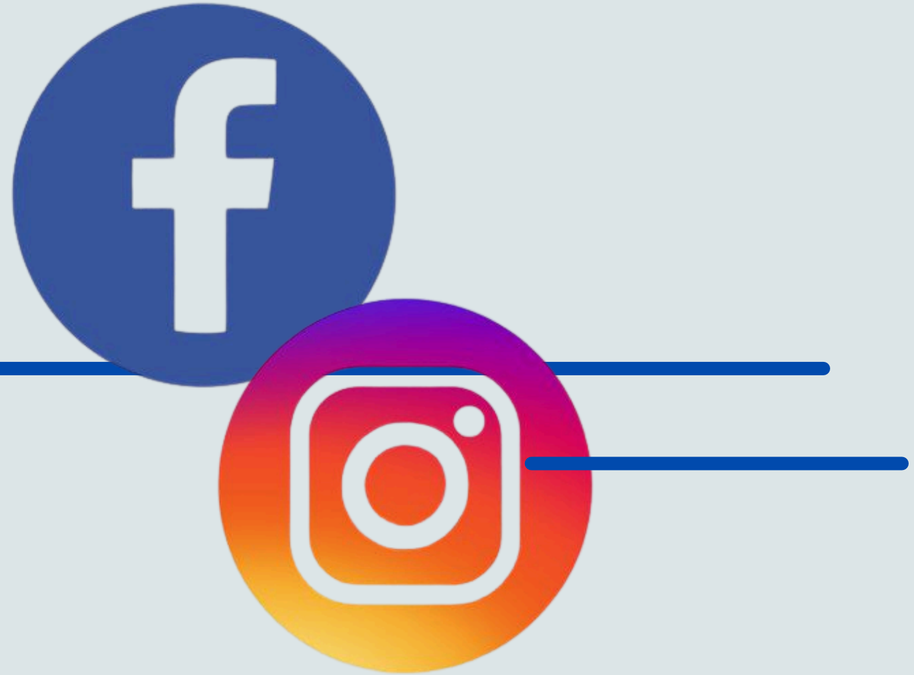
**MÍRA PROKLIKU: 1.0%**

**PRODEJ: 1**

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň: Technické vychytávky pro fanoušky

**PLATFORMA:**



Komentáře:

- Jediná kampaň se skutečnými ukázkami výrobků.
- Použitý Instagram Reels s dobrým rytmem a hudbou.
- Komentáře obsahovaly otázky potenciálních kupujících - dokazuje zájem.
- Snadno sdílený formát.
- Většina prodejů pochází z kotoučů.
- Obdržel jsem 3 přímé zprávy s požadavky - pozitivní znamení.

**DOSAH: 9,400**

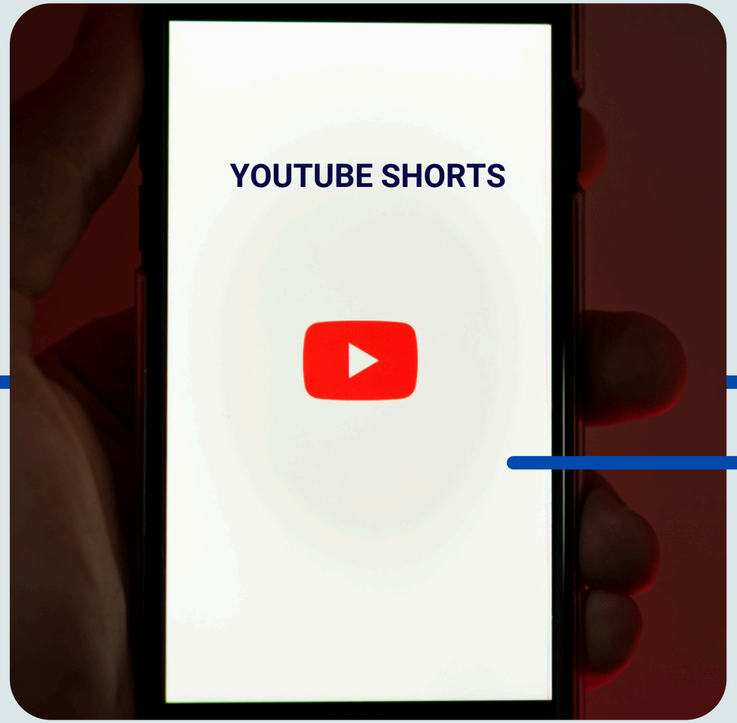
**MÍRA PROKLIKU: 3.3%**

**PRODEJ: 12**

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň:
# Rozviňte ji jednoduchou

**PLATFORMA:**




Komentáře:

- Dobrý nápad, ale video bylo příliš dlouhé (58 sekund).
- Tón byl na shorty příliš formální.
- Video nebylo optimalizováno pro mobilní zařízení.
- Nebyl uveden žádný popis ani odkaz.
- Většina komentářů pochází od zaměstnanců/přátel.
- Vyváženost zvuku byla špatná - hlas řečníka byl špatně slyšet.

**DOSAH: 6,700**

**MÍRA PROKLIKU: 1.5%**

**PRODEJ: 2**

TECHIETREASURE
shop

# Kampaň:

# Hlaste se k budoucnosti

**PLATFORMA:**




Komentáře:

- Statické obrázky místo videa.
- Jazyk byl příliš odborný.
- Název nepřitahoval pozornost.
- Komentáře byly většinou spam.
- Žádná placená propagace (pouze organická).
- Žádná konkrétní nabídka.

**PRODEJ: 1**

**DOSAH: 7,300**

**MÍRA PROKLIKU: 0.8%**

**PRODEJ: 1**

TECHIETREASURE
shop

**PLATFORMA:**



# Kampaň: Upřednostněte tipy zaměstnanců

Komentáře:

- Zajímavý nápad, ale špatně provedený.
- Žádné emocionální spojení se zákazníkem.
- Vizuálně nekonzistentní fotografie.
- Nepoužívají se žádné hashtagy.
- Není jasné, proč byly vybrány právě tyto produkty.
- Příspěvky neměly jednotný styl - těžko zapamatovatelné.

**DOSAH: 5,100**

**MÍRA PROKLIKU: 0.6%**

**TRŽBY: 0**

TECHIETREASURE
shop

# 📌 Závěr

Kampaně společnosti TechieTreasure v druhé polovině roku 2024 trpěly především:

- Nízkou angažovaností a nejasným zacílením.
- Slabé vizuální a emocionální spojení se zákazníky.
- Špatné využití nástrojů specifických pro danou platformu (např. samolepky, navijáky, tlačítka CTA).
- Žádný odkaz na obchod v 5 z 8 kampaní.
- Pozitivní výjimky: "Upřednostněte balíček" a "Technické vychytávky pro fanoušky".