

Z podcastu 56 | Jan Linhart ze Smarty o kampani i cestě k maskotovi

Jak vznikl Smarty maskot

- Vytažen z loga, překreslen ilustrátorem, dotvořen pomocí AI, postupně polidštěn
- Osobnost: mix rošťáka a nerda (Bart Simpson + Leonard BB Theory)
- Specifický jazyk: citoslovce, jednoslovné reakce, nemluví dlouze
- Voiceover + hlas maskota: Richard Wágner (dabér Jindřicha z Kingdom Come)

Strategický základ

- Klíčový byl brand workshop, který definoval stavební kameny značky, strategického zákazníka, jednotný směr komunikace

👉 Bez brand workshopu by vznikaly roztříštěné aktivity bez adekvátních výsledků

Výsledky po cca půl roce

- +44 % brand awareness, +87 % růst lidí, kteří značku mají rádi
- +20 % návštěvnost prodejen, +30 % návštěvnost webu
- +50 % nárůst prodeje v retailu, +83 % růst prodeje na e-shopu
- +30 % uchazečů o práci

Co bude dál

- Fyzický maskot
- Budování dlouhodobého komunikačního konceptu
- Silnější přítomnost tam, kde je cílovka (sportovní akce, velké události)