



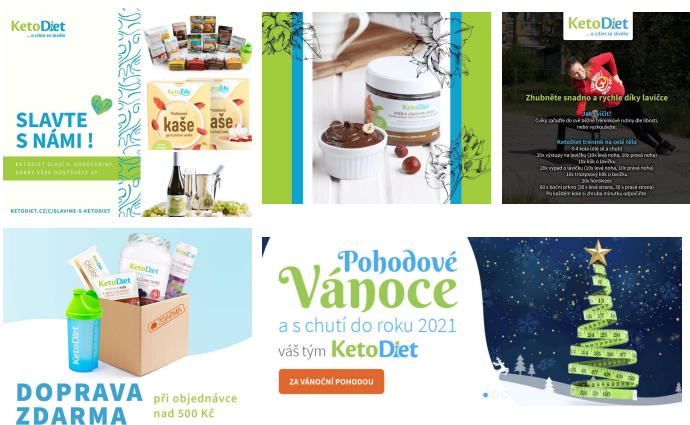
KetoDiet

Kampaň smutné oblečení

Doplňkové informace a data

Sjednocení vizuality

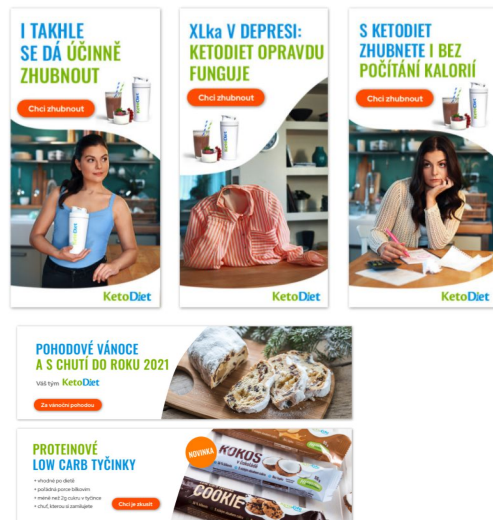
Komunikace v roce 2020:



Využívali se různé fonty,
poměry barev, typy
vizuálů i layouty.



Sjednocení komunikace
pro rok 2021:



Sjednotili jsme fonty a
zavedli jasná pravidla.

V komunikaci jsme využívali jako symbol “smutnou košili” a shaker:



Srovnání výsledků s předchozím rokem:

	2020	2021
Share of spend	31 %	20 % ↓
Y/Y růst NET rev.	+5 %	+23 % 🚀
Nárůst brand equity indexu	Žádný nárůst	+3 % ↑
Návratnost na 1 Kč investovanou do komunikace dle Roivenu	2,2 Kč	3,4 Kč 🚀

S nižším Share of Spend jsme dosáhli mnohonásobně lepších výsledků oproti předchozímu roku.

Srovnání s růstem konkurence:

Využil jsem / využívám:	Leden 2021	Květen 2021
KetoDiet	9 %	13 % 🚀
KetoMix	7 %	8 %

Počet klientů, kteří mají zkušenost s naší značkou, narostl ve sledovaném období o 4 %, zatímco u největšího konkurenta pouze o 1%.³

Bye