



STDC pro Restu.cz

Od strategie k praktickému využití



See-Think-Do-Care koncept



Principy STDC konceptu

Relevance:

- Kdo? => cílová skupina
- Co? => typ obsahu/sdělení
- Kde? => umístění

Timing:

- Kdy?

Vyhodnocování:

- Jak změřit, jak vyhodnotit úspěch/neúspěch?

Co je Restu?

Gastronomický průvodce s možností jednoduché online rezervace přes web či mobilní aplikaci.



The screenshot displays the RESTU website's reservation interface. At the top, there is a dark navigation bar with the RESTU logo, a search bar, and links for 'Jak to funguje?', 'Registrovat', and 'Přihlásit'. The main content area features a background image of a restaurant interior. Overlaid on this is the heading 'Jděte najisto' and a subtext 'Ukážeme vám, kde se dobře najíte, a zařídíme, že si sednete.' Below this is a reservation form with fields for 'Název restaurace', a date selector set to '6. 4. 2016', a time selector set to '09:00', and a person selector set to '2 osoby'. A green 'REZERVOVAT' button is positioned to the right of these fields. Below the form, it states '17 775 restaurací po celém Česku' and provides a brief description of the service. At the bottom, there are buttons for various cities: Praha (3986), Brno (1037), Ostrava (407), Plzeň (286), Liberec (216), Olomouc (218), and Hradec Králové (175), along with a link for 'Všechna města'.

RESTU

Hledat město, restauraci, kuchyni...

Jak to funguje? Registrovat Přihlásit

Jděte najisto

Ukážeme vám, kde se dobře najíte, a zařídíme, že si sednete.

Název restaurace 6. 4. 2016 09:00 2 osoby REZERVOVAT

17 775 restaurací po celém Česku

Na rychlý oběd s kolegy, na rodinnou oslavu s dětmi nebo na skleničku s přáteli. Prostě si jen vyberete a my už všechno ostatní zařídíme za vás.

Praha (3986) Brno (1037) Ostrava (407) Plzeň (286) Liberec (216) Olomouc (218) Hradec Králové (175)

[Všechna města](#)



Seznamte se s Honzou



Honzíkova cesta (customer journey)

SEE

Honzík hledá témata spojená s jídlem.
Restu mu odpovídá na jeho dotazy.

.....
Vyhledá např. „food akce na víkend“, najde článek o gastrofestivalu na restu.cz

THINK

Honzík chce jít do restaurace.
Restu mu nabídne konkrétní místo.

.....
Vyhledá např. „nová thajská restaurace v Praze“, najde informace na restu.cz

DO

Honzík chce udělat rezervaci.
Restu mu to umožní.

.....
Honzík hledá kontakty na restauraci, najde je na restu.cz spolu s dalšími užitečnými tipy.

CARE

Honzík využil Restu.
Restu se mu připomíná a nabízí mu personalizované sdělení.

.....
Když chce Honzík udělat rezervaci, jde rovnou na restu.cz, kde to má moc rád.



See-Think-Do-Care Restu: Pilíře

Segmentovaná komunikace vůči uživatelům ve všech fázích rozhodování

Měření a **vyhodnocování efektivity** použitím **metrik vhodných** pro daný typ aktivity

Rozšiřování **relevantního zásahu** a **optimalizace konverzního procesu**

Personalizovaná message pro jednotlivé **cílové skupiny**



SEE-THINK-DO-CARE

Cíl

Informovat o online rezervaci do restaurací a o Restu; zaujmout uživatele se zájmem o jídlo/restaurace; podpořit zájem o návštěvy restaurací

Cílová skupina

Lidé, kteří chodí často do restaurací, mají zájem o jídlo a o požitek z něj

Metody

Zásah relevantních uživatelů přes dostupné kanály

Metriky

Zásah relevantní cílové skupiny, růst návštěvnosti/nové návštěvy (soft metriky návštěvnosti – bounce rate atp.), registrace, růst znalosti/hledanosti brandu



SEE-THINK-DO-CARE

Využitelné kanály

Display

Oslovení uživatelů obecnější kreativou (cílení: obsahová a geografická segmentace, definice frekvence a timingu), získávání dat pro následné oslovení incentivním sdělením (speciální akce, festivaly atp.)

Web

Rozvoj obsahu, úpravy a tvorba vstupních stránek

Online PR

Tvorba a distribuce obsahu relevantního pro cílovou skupinu, sběr dat pro social rmk (zvyšování dosahu FB obsahu, vyloučení již získaných publik), budování vlastního obsahu – segmentace a promo dle cílových skupin

Emailing, GSP

Cílení dle zájmů/využití partnerských databází

Offline

Partnerství s kuchařkami, pořady o jídle, food shows, zdroj informací o gastronomii pro tištěná média,



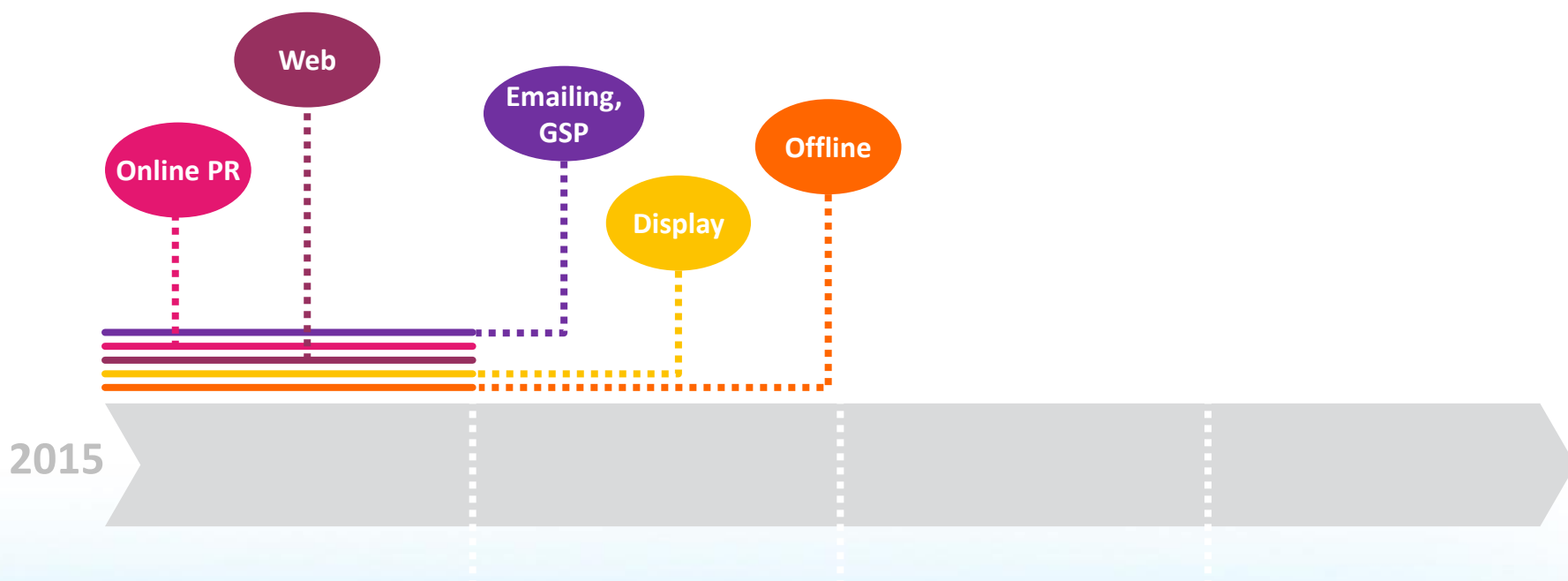
Využitelné kanály

SEE

THINK

DO

CARE



SEE-THINK-DO-CARE

Co jsme udělali?



- Plánování a zlepšení obsahu na **sociálních sítích**
- Zkvalitnění **blogu** (redakční plán)
- Využití **food festivalů** a tematických akcí
- Spolupráce s **bloggery / youtubery**
- Youtube **videa**
- Dobrá souhra s **PR** (DVTv, ihned, idnes..)



SEE-THINK-DO-CARE

Co jsme udělali?



Burger jako fast food? Za nás ne! Vy, co jste někdy zkusili kvalitní burger, dali byste si ještě ten z rychlého občerstvení?



Oslavení lidé (22.175)

Propagovat příspěvek

Petan Desák a další (137)

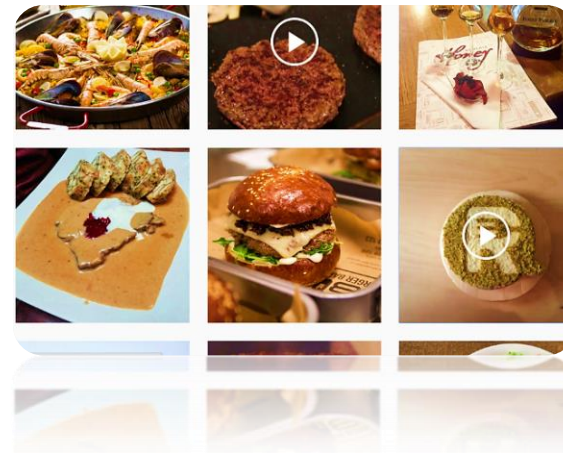
Komentáře (29)

Sdíleno 2x

Lepší práce a více (123)

Komentáře (38)

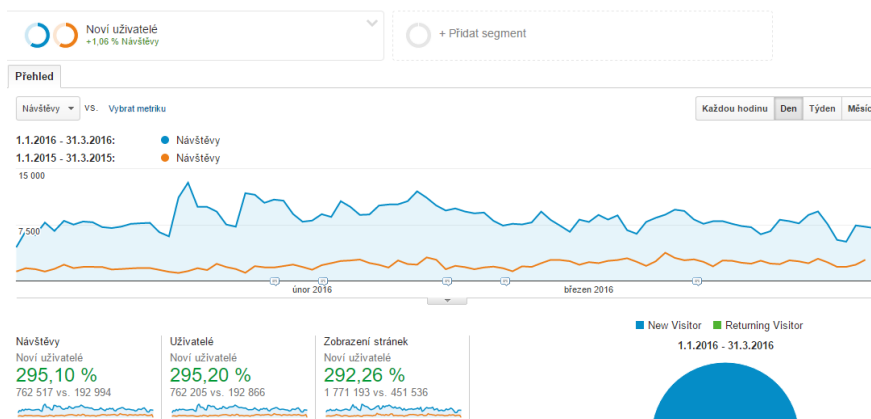
Sdíleno 3x



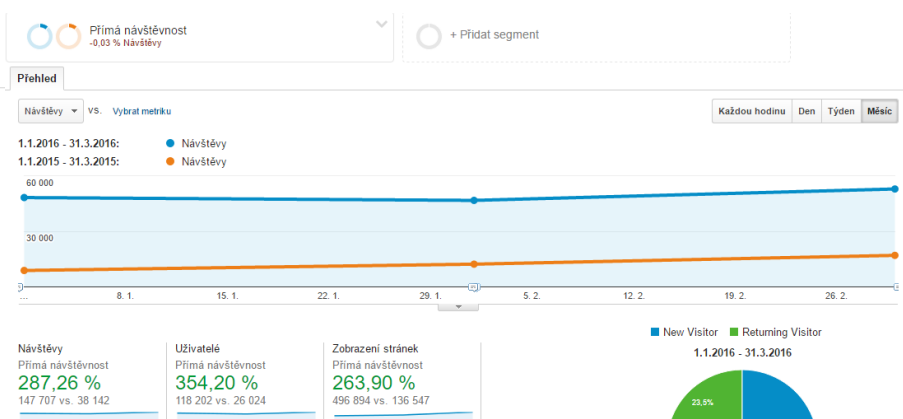
SEE-THINK-DO-CARE

Jaký byl výsledek?

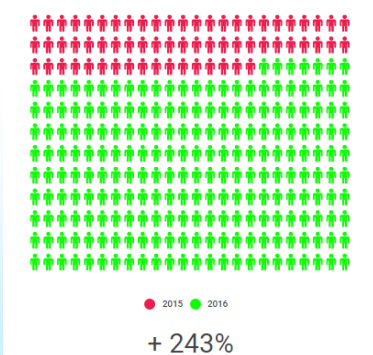
Nové návštěvy



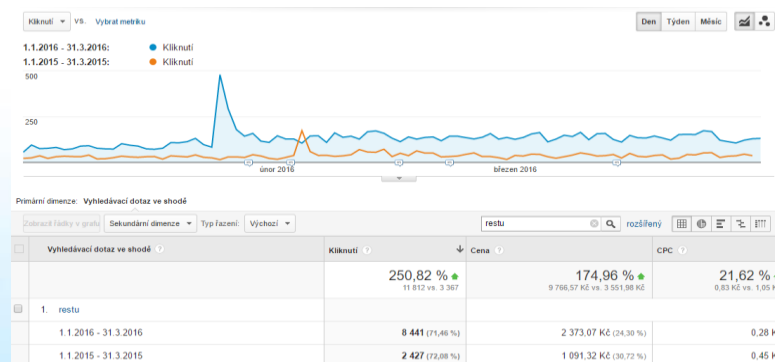
Přímé návštěvy



Facebook Organic Reach



Návštěvy na brandová kw



SEE-THINK-DO-CARE

Cíl

Získání nových uživatelů Restu

Cílová skupina

Lidé, kteří chtějí jít do restaurace

Metody

Vysvětlení benefitů služby Restu, přesvědčení k jejímu použití

Metriky

Návštěvnost (CPC), uživatelské chování (CPE), registrace, stažení mobilní aplikace



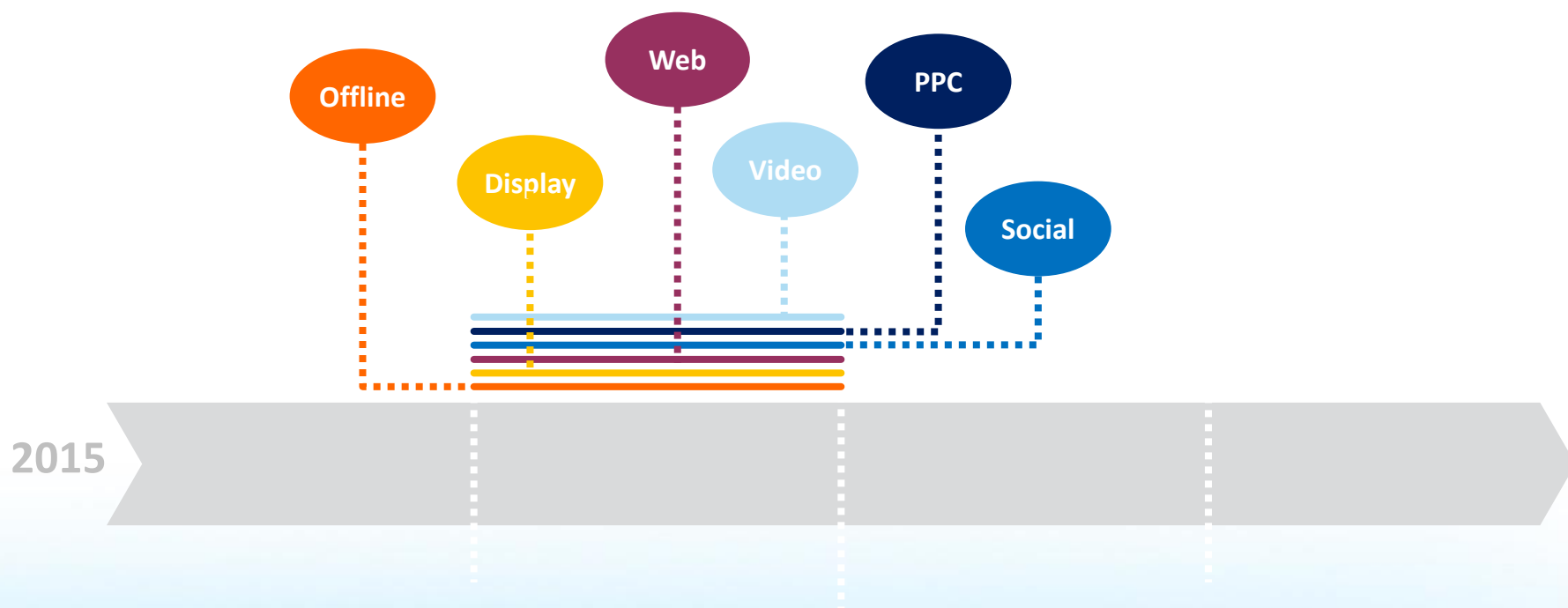
Využitelné kanály

SEE

THINK

DO

CARE



Využitelné kanály

Display

Navazující remarketingové scénáře na vybraná publika (dle plnění KPI's/soft cílů)

Web

Poradna pro výběr restaurace, využití hodnocení/recenzí, rozvoj blogu, využití témat a speciální akcí

PPC

Inzerce na obecnější kws, komunikace klíčových benefitů (hodnocení, jednoduchost, rychlost, online dostupnost atd.)

Social

Navazující remarketingové scénáře na vybraná publika, tematická podpora (promo posty)

Video

Představení a vysvětlení služby (branding + využití follow-up scénáře)

Offline

Partnerství (bankomaty GE, Scuk.cz), Restu vouchery; Komunikační strategie kolem velkých událostí

SEE-**THINK**-DO-CARE

Co jsme udělali?

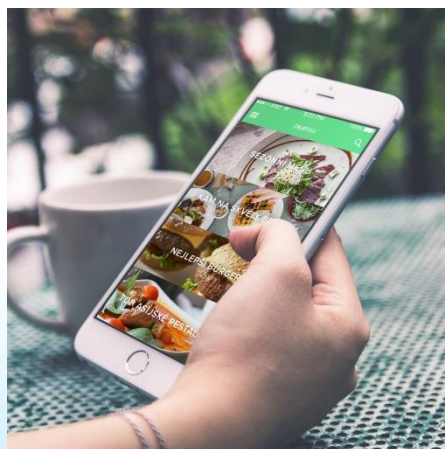
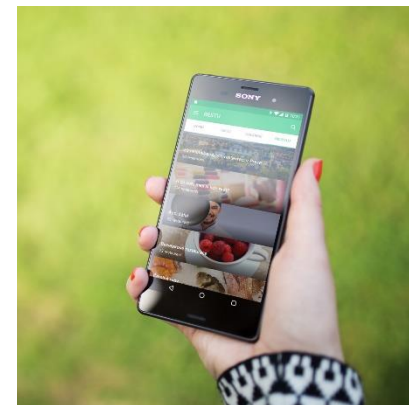
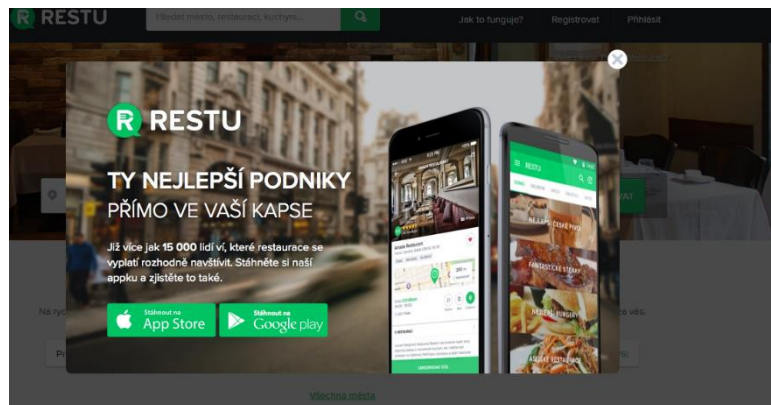


- Nejsi registrován / nemáš **appku mailing, pop-up**
- Zaměření se na **SEO**, obecnější fráze
- **RMKT** - neregistrovaní, mweb návštěvy, stažení aplikace
- **Display reklama** s výzvou k registraci (Seznam, ugly banners)
- **Facebook** kampaně – stažení aplikace / registrace
- **Instagram** kampaně – stažení aplikace
- **Zvaní** přátel



SEE-THINK-DO-CARE

Co jsme udělali?



Pozvěte přátele a získejte hromadu kreditů

Pošlete přátelům 100 kreditů na vyzkoušení RESTU a za každého registrovaného získáte až 50 kreditů. 10 kreditů obdržíte ihned za registraci, dalších 40 Vám připseme za jeho / její první rezervaci.

Pošlete přátelům pozvánku:

[POZVAT](#)

Pozvat přátele z Gmailu

Nebo jim nasdílejte odkaz:

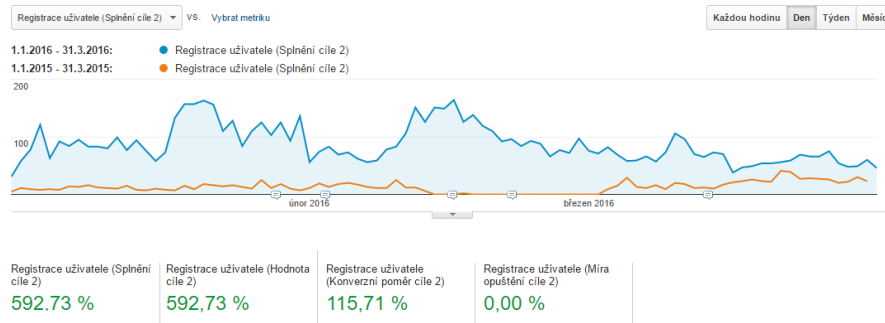
[f Sdílet](#) [twitter Sdílet](#)



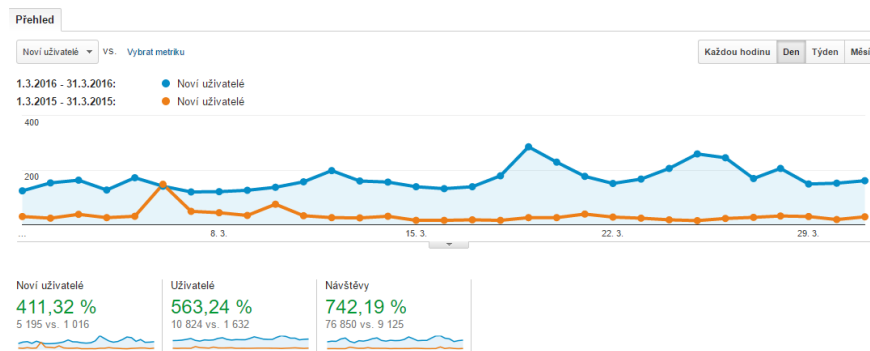
SEE-THINK-DO-CARE

Jaký byl výsledek?

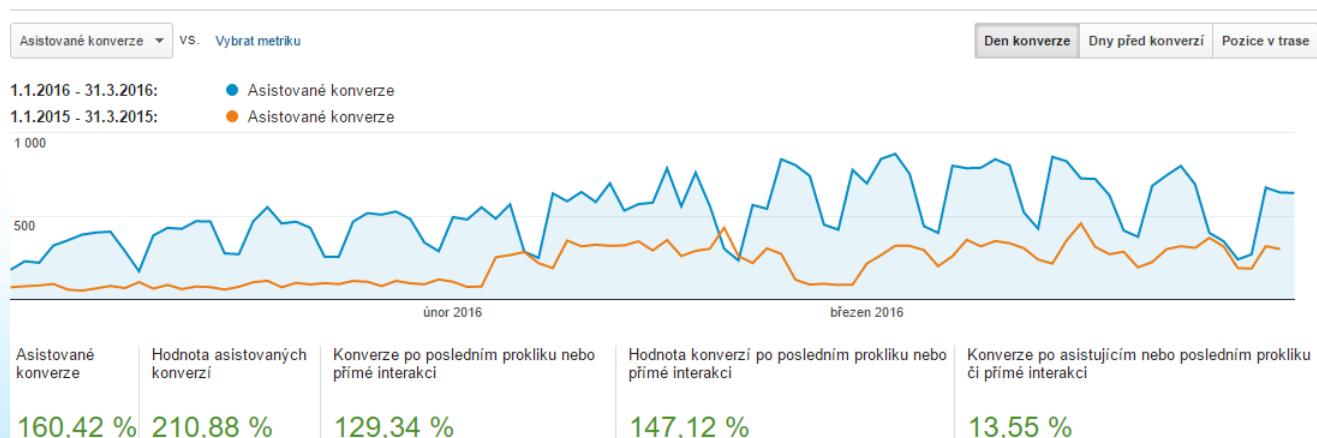
Registrace uživatelů



Stažení aplikace (Android)



Asistované konverze



SEE-THINK-DO-CARE

Cíl

Rezervace na restu.cz, rezervace přes mobilní aplikace

Cílová skupina

Lidé, kteří chtějí rezervovat místo v restauraci

Metody

Výkonnostní kanály, zvyšování konverzního poměru webu, snižování celkového CPA

Metriky

Objem rezervací/plnění targetů, konverzní poměr, rezervace (CPA)



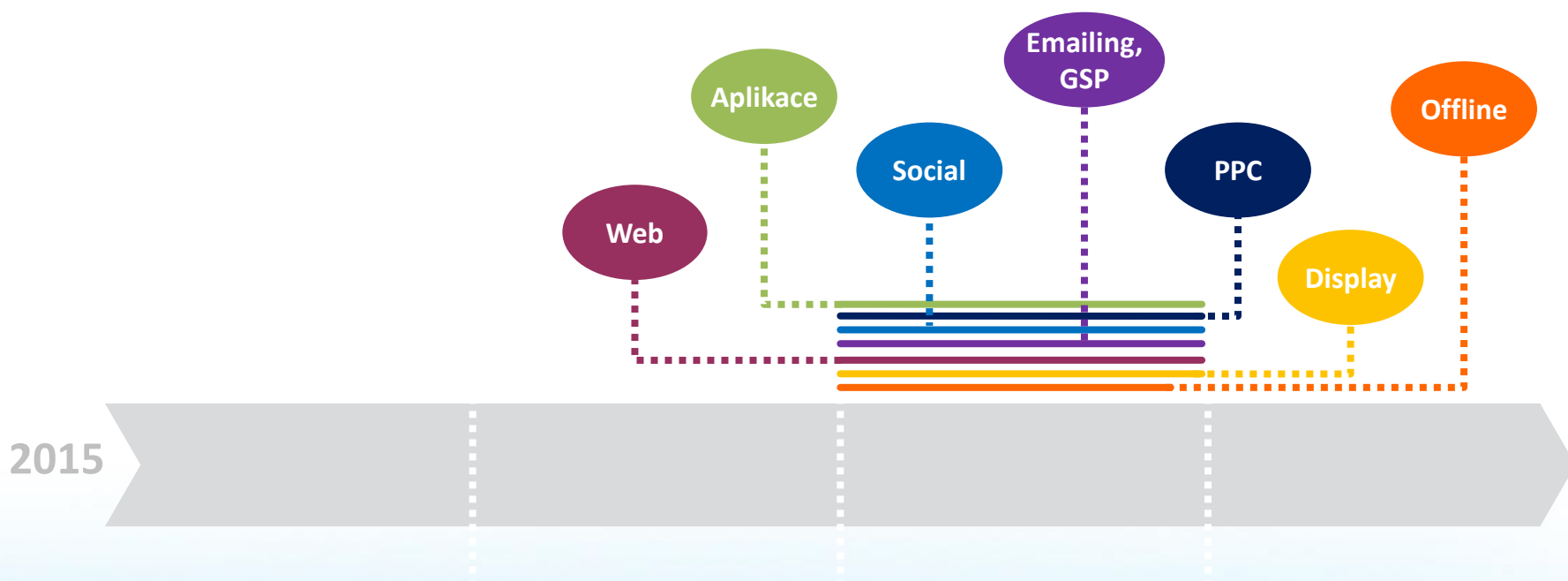
Využitelné kanály

SEE

THINK

DO

CARE



Využitelné kanály

Display

Dynamický remarketing

Web

Optimalizace konverzních cest uživatelů

PPC

Inzerce na restaurace/long tail výrazy, dynamický remarketing (dle výběru restaurace), mobilní traffic, sezónní akce, specifické cílové skupiny (cizinci, asistentky)

Facebook

Konverzní/remarketingové kampaně, website/lookalike audiences

Mobilní aplikace

Propagace vhodnými kanály (Facebook app engagement/Web/offline), využití notifikací

E-mailing

Segmenty registrovaných uživatelů (registrace bez rezervace atp.), využití incentivních nabídek

Offline

Promování Restu v partnerských restauracích a akcích (v menu, na webu atd.); vizitka k účtence/kredity



SEE-THINK-DO-CARE

Co jsme udělali?

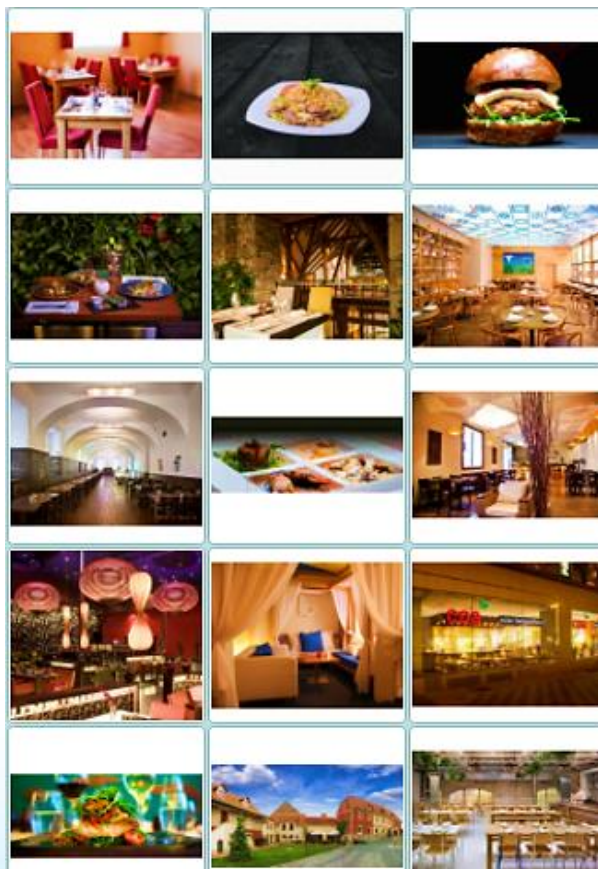


- **Kampaně na soc. sítích** s cílem rezervace (segmentovaná publika)
- **Dynamický remarketing, RTB**
- **Zlepšení SEO** u konkrétnějších frází
- Podpora rezervací z **aplikace**
- **Optimalizace CPA** a celkové zaměření na rezervace z neplacených kanálů
- **Optimalizace a rozšíření PPC kampaní** (časové rozvrhy, geografické cílení)



SEE-THINK-DO-CARE

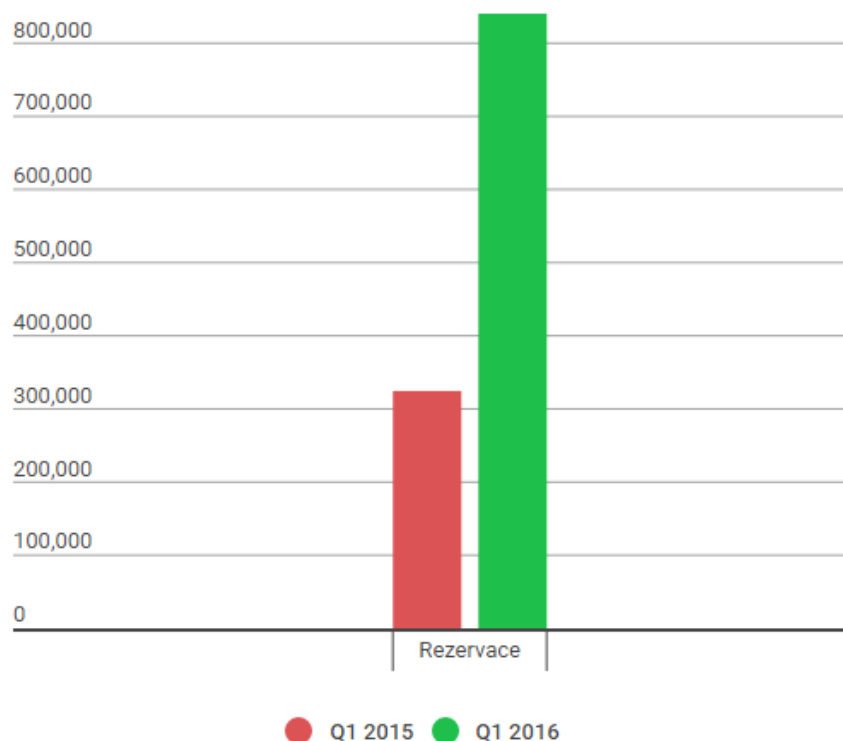
Co jsme udělali?



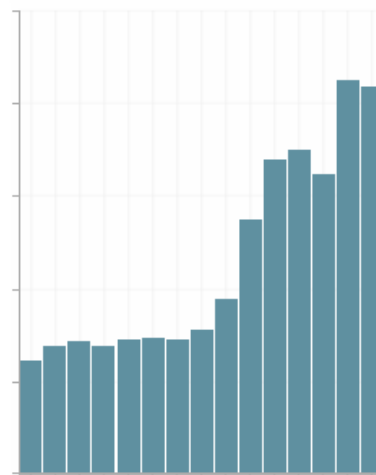
SEE-THINK-DO-CARE

Jaký byl výsledek?

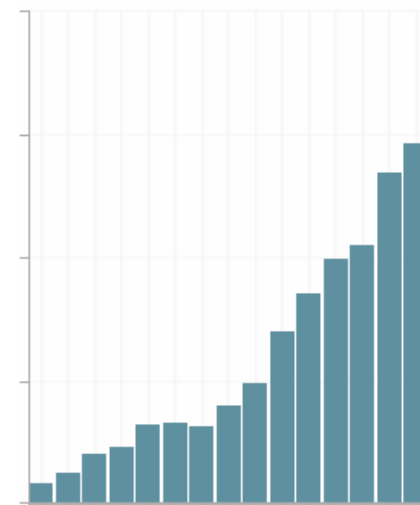
Usazení hosté



Rezervace v čase



Rezervace z app



Klíčové slovo	Hledanost Google minulý měsíc, přesná shoda	Konkurenčnost Google	Hledanost Seznam průměr za posl. 12 měs., přesná shoda	Pozice Google CZ
★ restaurace	18100		5882	1 (+0)
★ restaurace bmo	4400		1830	1 (+0)
★ restaurace praha	4400		2057	1 (+0)

SEE-THINK-DO-CARE

Cíl

Opakované rezervace, interakce (generování obsahu - recenze, hodnocení, social, stažení/používání mobilní aplikace)

Cílová skupina

Uživatelé, kteří udělali rezervaci/registraci

Metody

Komunikační strategie, segmentace, gamifikace

Metriky

Plnění cílů (opakovaná rezervace/interakce/stažení mobilní aplikace – CPA/CPE)



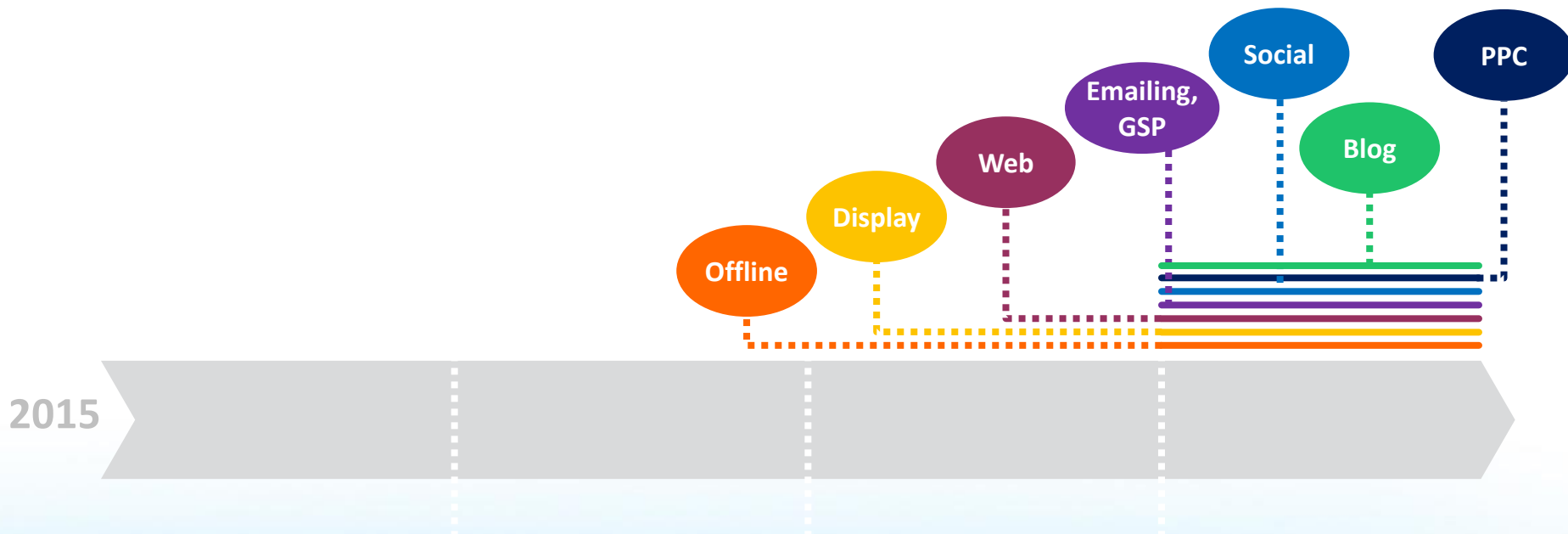
Využitelné kanály

SEE

THINK

DO

CARE



SEE-THINK-DO-CARE

Využitelné kanály

Display

Reaktivační remarketingové scénáře, zvláštní cílení na uživatele, kteří rezervovali bez registrace , RFM model (cílení dle frekvence)

Web

Personalizace (segmentace obsahu, tipy na jídlo/pití)

PPC

Reaktivační remarketingové scénáře, zvláštní cílení na uživatele, kteří rezervovali bez registrace

Facebook

Propagace obsahu, práce s fanoušky (např. speciální nabídka pro rezervující/registrované zákazníky – využití e-mailů a ID z aplikace pro cílení)

E-mailing

Retenční strategie, komunikace zajímavého obsahu a speciálních akcí

Blog

Rozvoj obsahu a využití pro komunikaci

Offline

Dárky/speciální bonus při návštěvě restaurace u specifických rezervací



SEE-THINK-DO-CARE

Co jsme udělali?



- **Bannery** propagující hodnocení
- Notifikace z **Appky**
- **Check-ins**
- **Ambasadoři, soutěže**
- **Gamifikace**
- **Kredity** k svátkům a narozeninám
- Pozvánky na RESTU **akce**



SEE-THINK-DO-CARE

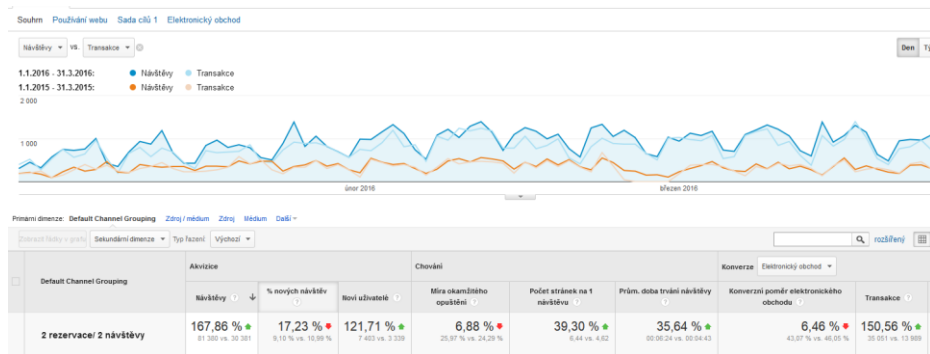
Co jsme udělali?



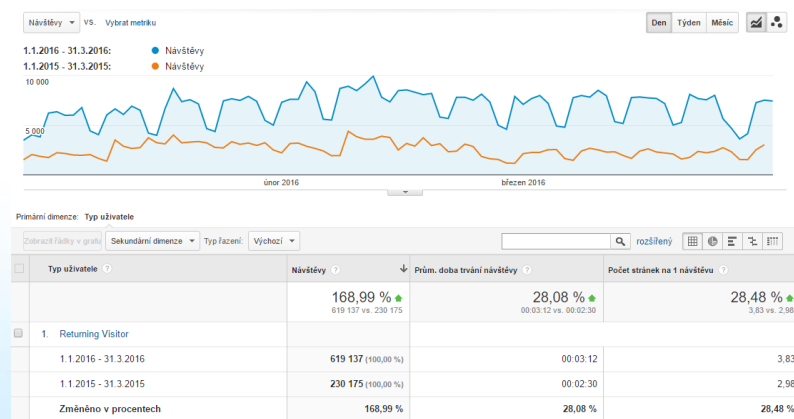
SEE-THINK-DO-CARE

Jaký byl výsledek?

Opakované rezervace



Vracející se návštěvy



Měření a interpretace dat

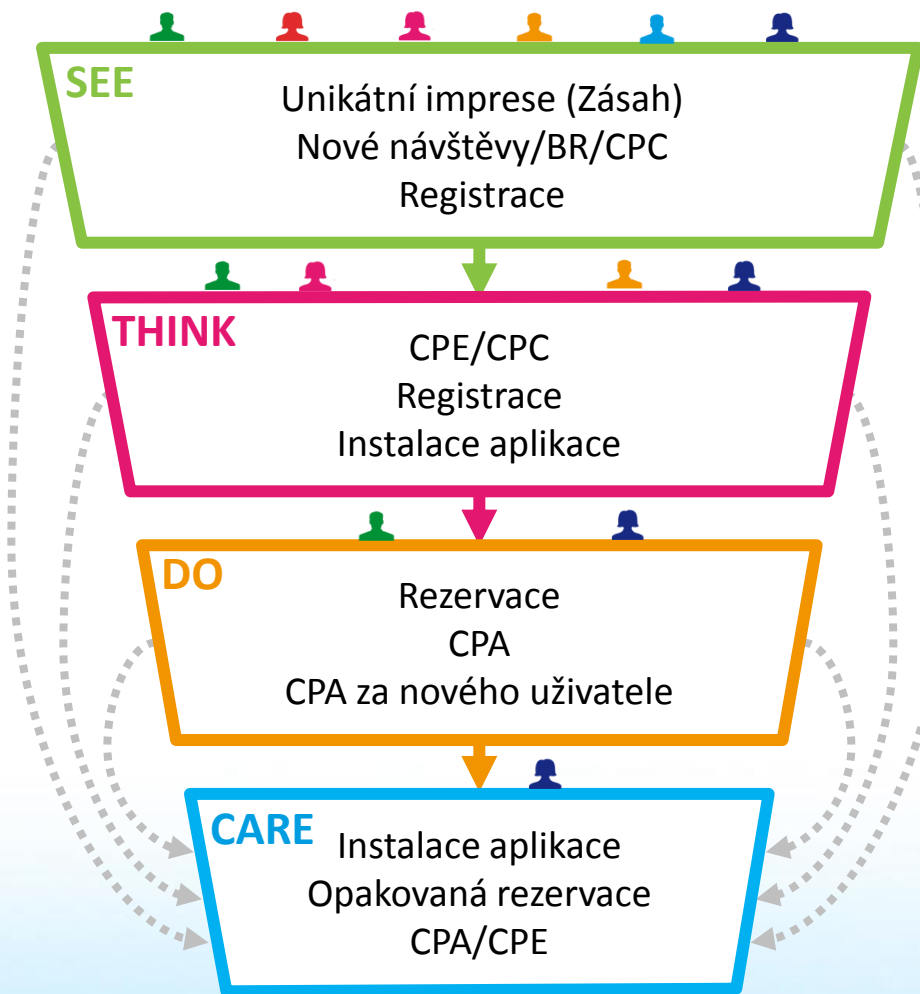
Komplexní **reporting výsledků** v rámci **frameworku**
(po jednotlivých oblastech)

Identifikace „**key learnings**“ a jejich **využití** pro další **plánování**

Optimalizace budgetu napříč všemi kanály



Metodika vyhodnocování – KPIs



Social media – mini case study

Pravidelně **obměňujte kreativitu** – jejich efektivita v čase výrazně klesá

Testujte různé **formáty** a formy cílení

Testujte různé formy **optimalizace** (CPA/CPC/CPM)

Vyhodnocujte kampaně **kombinací dat** z více zdrojů



Social media – mini case study



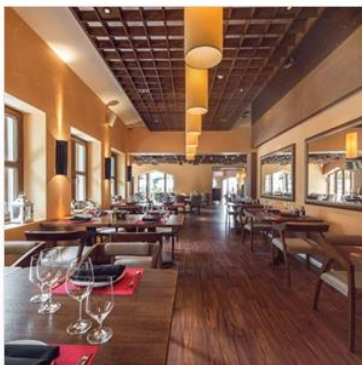
S Restu máte ty nejlepší restaurace přímo v kapse!



Stáhněte mobilní aplikaci

Průvodce po restauracích v ČR

Learn More



Rezervujte stůl

Rezervujte si stůl pohodlně online

Learn More



Ochutnejte skvělá jídla

Vyberte si podle chuti

Learn More



Ohodnoťte restauraci

Sdílejte své zkušenosti

Learn More



See more at
RESTU.CZ

22

4 Comments

Like



Restu

Sponzorováno

Vyzkoušejte naši novou Android aplikaci!



Restu

Stáhnout z Google Play

Nainstalovat

Instagram



restu.cz

Sponzorováno



NAINSTALOVAT



Restu

Sponzorováno

Vyzkoušejte naši novou Android aplikaci!



Restu

Stáhnout z Google Play

Nainstalovat



Tipy a doporučení



Definujte **cílové skupiny** a identifikujte jejich potřeby v jednotlivých fázích.

Pro každou z fází stanovte **relevantní cíle a metriky** (KPI).

Segmentujte uživatele napříč kanály.

Testujte – zkoušejte nové příležitosti/kanály/cesty k zákazníkovi.

Neopomeňte konverze z neplacených kanálů – **využijte potenciál SEO**.

Dobře uchopený **display** pomůže v dalších kanálech (potřeba spojit s retenční strategií).

Na Seznamu fungují „**ugly bannery**“. Otestovány desítky kreativ.



Hlavní zdroj úspěchu = spolupráce!



Děkujeme za pozornost

Tým Restu a H1.cz

www

www.H1.cz

twitter

[@h1cz](https://twitter.com/h1cz)

Linkedin.

[linkedin.com/
company/h1.cz](https://linkedin.com/company/h1.cz)

facebook

facebook.com/hajednicka

www.restu.cz

twitter.com/Restucz

facebook.com/restu.rezervace