

NA SCENI OD 2016 · 10+ LET

Jack on the Box

zgodba, ki jo gledajo.

Jaka Krčovnik · eden najdlje aktivnih slovenskih YouTuberjev in influencerjev. Tri platforme, tri publike, 52 blagovnih znamk in 24,7 milijona ogledov. Vsebine, primerne za celotno družino.

NAJ YOUTUBER 2018

EVROPSKA KOMISIJA 2026

NACIONALNA KAMPANJA HPV 2019

TV OGLAS BOB LETA 2017

SINCE 2016



267 VLOGOV

24,7 mioogledov · YouTube 15,9 +
TikTok 8,8**90.000+**sledilcev · 42K YT · 33K TT ·
15,5K IG**52**

znamk · 10 let · 0 zapletov

10–20kogledov na YouTube video ·
5,3 min ogleda

Tri platforme, tri publike — ena kampanja pokrije vse

YouTube gledajo odrasli in družine na televizorju, Instagram mladi moški, TikTok pretežno mlade ženske — oboji na telefonu. Z enim ustvarjalcem znamka doseže celotno gospodinjstvo.



YOUTUBE

Odrasli & družine

- 42.000+ naročnikov
- 59 % starih 25–44 · spol 51/49
- 53 % gledanja na TV
- 46.700 gledalcev mesečno

+

INSTAGRAM

Mladi moški

- 15.500 sledilcev
- 74 % starih 18–34 · 66 % moških
- 58.000 doseženih / 90 dni
- 368.000 ogledov / 90 dni

+

TIKTOK

Mlade ženske

- 33.200 sledilcev
- 64 % gledalk
- 1,8 mio gledalcev / leto
- 8,8 mio ogledov · 80.000 na video

=

Σ SKUPAJ

Celotno gospodinjstvo

- od 18 do 54 let
- oba spola
- TV in telefon
- 95 % Slovenija

• ZA NAČRTOVANJE • REALNE, ORGANSKE ŠTEVILKE

10–20k

ogledov na YouTube video

mediana 12 mes.: 13.600 · 5,3 min ogleda

80.000

ogledov na TikTok video

povprečje · noben pod 10.000

3,7×

doseg prek baze na Instagramu

57 % ogledov od nesledilcev

185.000

prikazov na YouTube video

kako pogosto ga algoritem priporoča · CTR 7 %

Kaj dobite

- ✓ **Pisno ponudbo v 48 h** z obsegom, roki, pravicami uporabe in ceno.
- ✓ **Koncept po vašem briefu** v mojem slogu — do dva kroga popravkov.
- ✓ **Poročilo po 7 in 30 dneh** — ogledi, prikazi, CTR, čas gledanja, kliki, odziv.
- ✓ **En kontakt** od povpraševanja do poročila — brez posrednikov.

Zakaj to ni tveganje

- ✓ **10 let, 52 znamk, 0 zapletov** — nobene odpovedane kampanje ali kontroverze.
- ✓ **Zaupanje institucij** — Evropska komisija, EUIPO, nacionalna kampanja HPV.
- ✓ **Družinam prijazne vsebine** — gledajo jih starši in otroci skupaj.

Občinstvo, ki odloča o nakupih

Občinstvo je odraslo z mano. Leta 2016 so me gledali najstniki in mladi odrasli — danes so isti ljudje stari 25–44, s službo, družino in televizorjem v dnevni sobi. Danes je 59 % gledalcev starih 25–44, polovica 35–54, spol je skoraj izenačen.

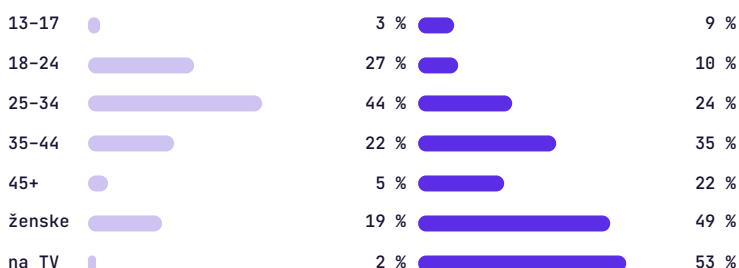


2016 → 2026: občinstvo je odraslo z mano

DELEŽ OGLED OV • YOUTUBE ANALYTICS

MAR-DEC 2016 (ZAČETEK)

ZADNJIH 365 DNI



Spol gledalcev

51 % moški

49 % ženske

Skoraj izenačeno — primeren za znamke, ki nagovarjajo celotno gospodinjstvo.

Kje, kako in koliko

93 %

iz Slovenije (2 % Hrvaška)

53 %

gledanja na TV — dnevna soba

46.700

gledalcev mesečno · 8.500 rednih

75 %

gledanja od nenaročnikov — organski doseg

Isti gledalci, deset let starejši

2016: 18–24 let · 27 % → danes:

25–34 let · 24 %

2016: 25–34 let · 44 % → danes:

35–44 let · 35 %

* Mladoletni si ob registraciji na YouTube pogosto navedejo višjo starost; občinstvo leta 2016 je bilo zato še mlajše.

19 % → 49 %

delež žensk

iz fantovske v družinsko publiko

2 % → 53 %

gledanje na TV

z računalnika v dnevno sobo

59 %

25–44 let · odrasli z lastnim proračunom

50 %

35–54 let · starši, ki odločajo o družinskem proračunu

Jasni deliverabli, brez sivih con

FORMAT	KAJ VKLJUČUJE	SPECIFIKACIJE	PRIMERNO ZA
YouTube integracija	Naravna umestitev znamke znotraj rednega vloga: omemba, prikaz izdelka, osebna izkušnja.	60–120 s v videu · povezava v opisu · pripet komentar · 1 krog usklajevanja besedila	zavedanje, razlaga izdelka
Dedicirani YouTube video	Celoten video, posvečen znamki, izdelku ali kampanji — koncept po briefu, v mojem slogu.	8–15 min · povezava + pripet komentar · 2 kroga popravkov · brez brisanja 12 mes	lansiranje, večje kampanje
TikTok / Reels video	Kratka vertikalna vsebina v trendovskem formatu, z jasnim sporočilom znamke.	30–60 s · @omembe, #oznake, affiliate koda · razkritje · 1 krog popravkov	doseg, mlajši segment, viralnost
Instagram story paket	Zaporedje storyjev z osebno izkušnjo in neposrednim pozivom k akciji.	3–5 storyjev · link sticker · 24 h + highlight 30 dni · anketa/vprašanja po želji	akcije, popusti, dogodki
Kampanjski paket	YouTube + TikTok/Reels + story — ena zgodba, pokrit celoten lijak.	sestava po cilju · usklajen koledar objav · skupno poročilo	lansiranja, sezone akcije

Pravice uporabe

12 mesecev na lastnih kanalih naročnika; plačano oglaševanje se dogovori ločeno.

Ekskluzivnost

Po kategoriji, za obdobje kampanje — vedno zapisana v ponudbi.

Razkritje

#oglas / Paid Partnership na vsaki objavi, skladno z zakonodajo in pravili platform.

Poročanje

Poročilo po 7 in 30 dneh: ogledi, prikazi, CTR, čas gledanja, kliki, odziv.

01

Povpraševanje

Cilj, platforma, termin, proračun. Odgovor v 48 h.

02

Ponudba

Pisna ponudba z obsegom, roki, pravicami in ceno.

03

Produkcija

Koncept 3–5 dni, produkcija 7–14 dni, do 2 kroga popravkov.

04

Objava & poročilo

Objava v terminu z razkritjem; poročilo po 7 in 30 dneh.



SAMSUNG



Pišimo skupaj naslednje poglavje.

info@jackonthebox.si · www.jackonthebox.si · YouTube @JackontheBox · Instagram @jackontheboxslo · TikTok @jackonthebox

Odgovor v 48 h

Podatki: YouTube Analytics (3.–4. 9. 2026), Instagram Insights in TikTok Analytics (7. 9. 2026). Skupni ogledi TikToka so preštetni z javnega profila. Vsi logotipi so last njihovih lastnikov in so navedeni kot referenca preteklih sodelovanj.