

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Neformální setkání s novináři v halloweenském stylu jsme realizovali pro GE Money Bank (GEMB). Novináři dostávají před koncem roku desítky pozvánek a zaujmout je chce slušnou dávkou invence. Komunikační styl GEMB je odlehčený, s „kocouřím“ humorem. Podobný nadhled jsme novinářům chtěli nabídnout také my na neformálním setkání. Chtěli jsme pobavit a zároveň na jeden den spojit novináře i zástupce banky. Zvolili jsme téma klasických filmových hororů, a protože GEMB je americká banka, spojili jsme naše síly s temnými silami Halloweenu. Na tento večer se přímo nabízel netradiční prostor restaurace Bastion nad nuselským údolím s výhledem na panorama Vyšehradu. Okolí i interiéry jsme opatřili filmovými rekvizitami. Novináři, kterých se sešlo 50, si i díky hereckým etudám moderátora v upřímném kostýmu připadali jako v opravdovém filmovém hororu. S manažery GEMB vytvořili týmy a vrhli se do soutěží o největší znalce hororů. A protože hvězdou komunikace GEMB není Frankenstein, ale kocour, novináři se mezi horory předháněli i ve znalostech kocouřích reklam a motali modrá klubíčka. Neformální atmosféru večera podpořil také doprovodný program hororových tanečních vystoupení a zejména závěrečná fireshow včetně plivání ohně přímo na hradbách. Jako bonus se nám podařilo vystrašit i několik nic netušících kolemjdoucích.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Pravidelná setkávání s novináři mají pro GEMB velký význam. Vzhledem k vytíženosti novinářů jich ale na podobné akce většinou zvládne dorazit jen malá část. Rozhodli jsme se proto pro odvážný tematický večírek, navíc v neobvyklém čase ještě před tím, než vypuknou tradiční vánoční večírky.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

S výjimkou standardního follow-upu po rozeslání pozvánky a zjišťování kdo z novinářů má zájem o dopravu na party shuttlem, byly ostatní výzkumy vzhledem k charakteru akce irelevantní.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

GE Money Bank a její kocour komunikují s nadhledem a tento nadhled a humor jsme přenesli také do naší neformální akce. I proto jsme vedle neobvyklého tématu zvolili netradiční program večera – z novinářů a zástupců GEMB jsme vytvořili celkem 8 družstev, která spolu soutěžila ve znalostech hororů. Aby GE kocour ani tentokrát nepřišel zkrátka, novináři měli před sebou na stolech osm vlněných klubíček. Týmy z nich celý večer motaly kocouří megaklubko, jejichž umělecká forma rozhodovala při rovnosti bodů o vítězi. Společný cíl uvnitř týmů výrazně usnadnil navazování kontaktů mezi novináři a zástupci banky.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Vše bylo nejprve třeba zajistit po produkční stránce – zařídit prostory, připravit program a také party shuttle, který by novináře dopravil přímo k Bastionu. Poté jsme zaslali kocouří halloweenskou pozvánku a vytvořili kulisy, za které by se ve svých hororech nestyděl ani Alfred Hitchcock.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Velký zájem novinářů o neformální večer, který pořádá banka (50 novinářů), potvrdil, že jsme se s horory trefili do černého. Vítězný tým si odnesl a společně vypil tu největší lahev sektu. Ihned po akci jsme rozeslali fotografie, o které byl značný zájem. Novináři brzy po akci vyčerpali téměř všechny sloty, určené k volnému stahování a fotografie nahrávali a sdíleli na svých soukromých FB profilech. Důvěru i kontakty, které zástupci GEMB na akci získali, se podařilo zúročit v PR kampaních, které jsme spolu s GEMB brzy poté realizovali. V závěru roku 2014 se GEMB stala jednou ze 4 bank s největší publicitou v Česku.