

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Do prezentace společnosti IKEA v rámci Designbloku se přirozeným a atraktivním způsobem podařilo různými aktivitami zapojit řadu cílových skupin a komunit (blogerky, novináři, FB fanoušci, zákazníci IKEA, zaměstnanci společnosti). Ti se přímo podíleli na podobě expozice a řadě ostatních aktivit. Společně tvořili zajímavý obsah a lokální příběhy týkající se designu, života v ČR, snů a přání lidí o bydlení, prezentované nové kolekce IKEA PS 2014 i jednotlivých produktů. Prostřednictvím příběhů se podařilo přirozeně představit novou kolekci výrobků IKEA PS 2014 („On the move“), která ukazuje nejnovější trendy v bydlení a dokazuje, že design patří do skutečných domovů a měl by být dostupný všem. Expozice a aktivity IKEA se zařadily mezi nejviditelnější v rámci loňského Designbloku.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Hlavní výzvou bylo s využitím charakteru kolekce IKEA PS 2014 a jednotlivých produktů atraktivně a zábavnou formou zapojit do aktivit jednotlivé cílové skupiny, které budou vytvářet a vyprávět lokální příběhy a tvořit zajímavý obsah a následně i samotnou expozici IKEA. Další výzvou bylo to, jak se v rámci Designbloku a prezentace mnoha dalších společností a designérů odlišit a zaujmout veřejnost a návštěvníky.

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

Před projektem jsme cíleně mapovali českou blogosféru, abychom pro spolupráci oslovili relevantní blogerky.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Základem strategie bylo vybrání skupiny (blogerky, novináři, FB fanoušci, zákazníci, zaměstnanci) oslovit relevantní aktivitou, či projektem, který je bude především bavit, bude netradiční a stane se příležitostí pro inspiraci i kreativitu, a zároveň bude mít potenciál vytvářet příběhy a inspiraci mezi účastníky a veřejností.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1. Videá dle scénářů fanoušků IKEA ČR na Facebooku Projekt byl zahájen aktivací fanoušků FB stránky IKEA Česká republika. Na základě výzvy fanoušci zaslali několik desítek scénářů na příběhy a videa s produkty IKEA PS 2014. Pět vítězných scénářů jsme s malým natáčecím týmem (který tvořili i zaměstnanci IKEA) a s autory, kteří ve videích i sami vystupují, zrealizovali. Výsledkem je video IKEA PS 2014 #OnTheMove v České republice (<https://www.youtube.com/watch?v=rGizZUfFu-0>), které zahrnuje jednotlivé spoty. Ty byly publikovány na FB Youtube a promítány v expozici IKEA na Designbloku. 2., Spolupráce s blogerkami Novou kolekci jsme do reálných českých domácností uvedli i prostřednictvím spolupráce s blogerkami a novinářkami, které propojily výrobky IKEA PS 2014 s různými interiéry dle svých představ, chuti a nápadů. Vzniklo 10 unikátních sérií s celkem 70 fotografiemi, které účastníci sdíleli prostřednictvím sociálních sítí a publikovány byly i na FB profilu IKEA ČR. Fotografie s autentickými komentáři a inspirací od předních blogerek se staly jednou z hlavních součástí expozice. 3. Expozice IKEA PS 2014 na Designbloku Expozice IKEA, představující novou designová kolekci IKEA PS 2014 byla umístěna v prvním patře Superstudia Evropa na Václavském nám. Původní hotelový apartmán přepracovali designéři IKEA ve funkční bytový prostor vybavený produkty z nové kolekce IKEA PS 2014, v samostatné části expozice pak byly prezentovány fotografie dokumentující využití kolekce v reálných bytech blogerů a novinářů a bylo promítáno video dle scénářů FB fanoušků. Součástí expozice bylo i živé vystoupení DJ a průvodci byli po celou dobu zaměstnanci z obchodních domů IKEA. 4. Představení expozice IKEA médiím a blogerům Velké množství pořádaných tiskových konferencí v den zahájení Designbloku jsme vyřešili individuálními komentovanými prohlídkami pro novináře a blogery dle volby času z jejich strany. Prohlídek se ujali interiéroví designéři, kteří expozici navrhli i další zaměstnanci IKEA. Tento koncept zcela nahradil formát klasické tiskové konference a odlišil společnost od ostatních vystavovatelů. video:<https://www.youtube.com/watch?v=rGizZUfFu-0>

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

Celkem bylo o expozici IKEA i projektech publikováno téměř 40 článků na blozích a v médiích. Aktivity byly v období Designbloku tématem na sociálních sítích, kde účastníci projektů průběžně publikovali své postřehy, nápady a fotografie. Tiskových setkání se zúčastnilo 43 novinářů a blogerek. Celkem vzniklo 10 unikátních sérií fotografií (70 snímků) se zajímavými interiérovými řešeními s produkty IKEA PS 2014 od blogerek a novinářek, které byly součástí expozice IKEA, prezentovány byly i na www.ikea.cz a na FB IKEA ČR. Natočeno bylo 5 videí s lokálními příběhy s FB fanoušky a dle jejich scénářů. Video si v období Designbloku na Youtube pustilo téměř 4 000 lidí. Expozici IKEA na Designbloku vidělo několik desítek tisíc návštěvníků.