

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Téměř akrobatické výkony a (ne)povinné protáhnutí těla na lekci jógy? Vítejte na tak trochu jiném setkání s novináři, které se uskutečnilo v loňských podzimních dnech u příležitosti představení nových YOGA notebooků a tabletů Lenovo. Stejně jako toto východní cvičení, i řada tabletů a notebooků YOGA přináší nový způsob, jak zažít něco opravdu nevšedního. Dvacet pět novinářů se o tom mohlo přesvědčit v relaxačním studiu Moma Yoga, kde pro ně byla přichystána nejen nová YOGA, ale i jógová seance. Představení novinek pak k dokonalosti dotáhly zkušené jogínky. Nové produkty obklopené auroou flexibility a harmonie předvedly totiž doslova na vlastní kůži. Díky tomu se YOGA objevila v klíčových lifestyleových médiích, jako Joy, InStyle, Harper's Bazaar, Ona Dnes, Deník nebo Maxim, otestovali ji pak novináři z téměř 50 titulů včetně Hospodářských nebo Lidových novin, E15 nebo Ekonomu.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Jak název napovídá, akce pro novináře měla za cíl předvést unikátní koncept řady Lenovo YOGA tou nejpřirozenější cestou, samotnou jógou, a tyto dva prvky dokonale propojit. Akce byla koncipována tak, aby demonstrovala harmonii a flexibilitu YOGA produktů a zároveň přinesla opravdu neobvyklý zážitek. Stejně jako jogínská cvičení klade Lenovo YOGA důraz na techniku a plynulé přechody mezi pozicemi, resp. čtyřmi režimy použití. Názorná ukázka ohebnosti tak měla inspirovat k všestrannému využití.

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

Netradiční setkání s novináři se stalo součástí komunikačního konceptu, který měl pokračovat v nastoleném úspěchu produktové řady YOGA. Originální forma byla zvolena z toho důvodu, že jsou novináři již přehlaceni tradičními akcemi, a zároveň bylo potřeba zdůraznit klíčové vlastnosti produktů. Vzhledem k jeho unikátnosti bylo setkání zaměřeno na novináře napříč všemi médii, především pak na lifestyleově orientované, ambasadory značky Lenovo a blogery.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Cílem bylo pokračovat v komunikaci nejen na cílovou skupinu, kterou zajímají novinky a trendy v oblasti technologií, ale i nově oslovit uživatelky s osobitým stylem, které se snaží co nejlépe zkombinovat svůj osobní život s prací. Dokonalá metafyzická paralela mezi vlastnostmi produktů řady YOGA a její orientální jmenovkyně je zřetelná na první pohled a komunikace se tak svezla na vlně harmonie, flexibility a nevšedního zážitku.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Netradiční prezentace byla připravena ve stylu tělesné a duševní harmonie. Tato myšlenka získala konkrétní tvář v uvolněné atmosféře studia Moma Yoga. Neformální představení dovedly k dokonalosti zkušené jogínky, které předvedly dech beroucí pozice inspirované čtyřmi režimy nových Lenovo YOGA tabletů a notebooku. V rámci jogínského hesla „Don't just do something — sit there!“, mohli ti odvážnější z řad novinářů a ambasadorek vklouznout do akční teplákovky v barvách Lenovo a protáhnout tělo na krátké lekci relaxační jógy. O doplnění energie se postaralo občerstvení plné ovoce a zeleniny z kuchyně relaxačního studia. Po euforii z provedených ásan další zaručená nirvána. Namaste!

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

Povznášející odpoledne v režii FleishmanHillard, Lenova a zkušených jogínek se odrazilo nejen ve vynikající náladě všech 25 zúčastněných, ale hlavně na pozitivním mediálním ohlasu, posílení vztahů s médii, získání zpětné vazby na YOGA produkty a velkém zájmu o zápůjčky novinek. IT odborníci se tentokrát postavili vedle zástupkyň něžného pohlaví z řad lifestyleových novinářek a společně si užili odpoledne oživené jógovou seancí. Nové tablety a notebooky YOGA i díky této akci zaznamenaly velký mediální ohlas. Vyšlo 98 výstupů ve všech typech médií, téměř 50 novinářů je pak vyzkoušelo na vlastní kůži.