

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Magazín Vlastní cestou vydáváme již jedenáctým rokem. Přesto neztratil nic na své kvalitě a atraktivitě. Reagujeme na současné dění, doma i ve světě a přinášíme je v přitažlivé fotografické a textové formě. Stále hledáme zajímavé, ale méně mediálně známé lidi a především jejich příběhy, které se mohou stát příkladem, nacházíme neotřelé události. V magazínu Vlastní cestou dlouhodobě prezentujeme svůj názor na život v dnešní době a společnosti.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Důraz je kladen především na pozitivitu, kreativitu, aktuálnost, ale i nadčasovost. Všechny publikované texty i fotografie jsou autorské, na tvorbě se podílí pět lidí. Pivovar se rozhodl, mít svůj vlastní komunikační kanál, svoji strategii, aby nebyl tolik závislý na ostatních médiích. Vedle tištěné verze, je i verze internetová na www.bernard.cz. Příležitostí co a jak komunikovat je tolik, že veškerá rizika převáží. PR pivovaru v magazínu naleznete, ale není vůbec dominantní.

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

Průzkum neděláme, zpětnou vazbou jsou nám vzkazy, reagující na obsah, na fotografie, texty, komiks, povídky. Když jsme přišli s myšlenkou realizovat vydávání magazínu, vnímali jsme to jako příležitost, sdělit svým příznivcům, ale i všem ostatním, především své názory, informace o značce, informace o novinkách, své úspěchy a to přesně tou formou, kterou si zvolíme.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Magazín je dnes zdarma zaslán na 9,5 tis. adres, především na důležité adresy a média. Současně jde cca 18 - 20 tis. ks do našich restaurací, kterých máme cca 2,5 tis. v ČR A SR. Několik tisíc výtisků jde na akce, kde se točí pivo Bernard, nebo kde se značka Bernard prezentuje. Vycházeli jsme z definované cílové skupiny: všichni lidé aktivní v práci i odpočinku, lidi, kteří se dokáží bavit životem.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

www.bernard.cz

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

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele. Rodinný pivovar BERNARD se snaží budovat kultovní značku a magazín Vlastní cestou je jedním z prostředků, jak se odlišit. Zatímco v roce 2006 byl náklad magazínu 15 tis. ks, dnes je náklad dvojnásobný. Od svého vzniku na podzim roku 2005 získal magazín Vlastní cestou řadu ocenění.

Název: VLASTNÍ CESTOU
Forma: exkluzivní magazín
Periodikum: 4x ročně vždy v polovině října, ledna, dubna, července
Náklad: 30.000 ks
Počet stran: 40 (36+4)
Velikost: 230 x 270 mm
Papír: 150g/m2 matná křída, obálka lamino
Cena: zdarma
Obsahová struktura %: text / foto – 40 / 60
Reklama: max. 6 stran, exkluzivita, rezonance – Vlastní cestou
Cena za 1 stranu: 80.000,-Kč
Tiskové podklady: tisková pdf. (230 x 270, je-li spadávka + 3mm na každé straně)
Způsob distribuce: rozesílka poštou ve vlastní obálce 250 x 290 mm na V.I.P. adresy a distribuce pomocí obch. zástupců.

Ocenění časopisu:

- Zlatý středník, PR klub ČR, kategorie „Nejlepší B2C časopis“:
o Za rok 2006: 2. místo

- o Za rok 2007: 1. místo
- o Za rok 2008: 3. místo
- o Za rok 2009: 1. místo
- o Za rok 2010: 1. místo
- o Za rok 2011: 1. místo
- o Za rok 2012: 1. místo
- o Za rok 2013: 3. místo
- o Za rok 2014: 1. místo

- o 2008: kategorie „zvláštní cena za nejlepší obrazovou výbavu“

- o 2013: 1. místo v kategorii Nejlepší firemní periodikum v sektoru retail a FMCG, Praha
- o 2014: 1. místo v kategorii Nejlepší firemní periodikum v sektoru retail a FMCG, Praha

- Zlatá litera, PR klub ČR,
 - o 2010: 3. místo za úvodníky
 - o 2011: 1. místo za úvodníky

- Marketingový klub ČR:
 - o 2011: 1. místo

- Nejlepší firemní časopis v ČR / Sdružení CZECH TOP 100
 - o 2009: 1. místo
 - o 2010: 2. místo
 - o 2011: 1. místo
 - o 2012: 1. místo
 - o 2013: 1. místo
 - o 2014: 1. Místo
 - o 2015: 1. Místo

- Česká cena za PR, APRA ČR, firemní magazín
 - o 2012: 1. místo a nominace na absolutního vítěze soutěže
 - o 2013: 1. místo
 - o 2014: 3. místo
 - o 2015: 2. místo

- FÉNIX CONTENT MARKETING
 - o Za rok 2013: Zvláštní ocenění za fotografii
 - o Za rok 2013: 1. místo v kategorii B2C časopisy
 - o Za rok 2014: Zvláštní ocenění za autenticitu
 - o Za rok 2014: 2. místo v kategorii B2C časopisy