

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Tradiční receptura nanuků Míša propadla v nezávislém hodnocení časopisu dTest. Společnost Unilever, výrobce nanuků, se proto obrátil na PR agenturu AMI Communications, aby navrhl řešení jak hodnocení vyvrátit a eliminovat negativní vnímání spotřebitelů na produkt jako takový. Cílem bylo ubezpečit spotřebitele, že původní receptura se od začátku produkce nanuků Míša nezměnila a hodnocení dTestu v tomto konkrétním případě nebylo objektivní.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Významnou hrozbou v tomto konkrétním případě bylo riziko zvýšení negativního vnímání Unileveru jako producenta nanuků Míša, vyvolání negativní medializace, potažmo snížení prodejů a zájmu zákazníků o tento tradiční český tvarohový nanuk.

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

Unilever na základě negativního hodnocení časopisu dTest provedl testování v nezávislé laboratoři (rozbor polevy nanuku a náplně), kde výsledky v porovnání s časopisem dTest dopadly výrazně jinak a v prospěch společnosti Unilever.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Agentura se v rámci komunikace zaměřila na koncového spotřebitele a v rámci komunikace zvolila nástroje přímé komunikace ve spojení s VIP osobnostmi, kredibilní pro spotřebitele, jež odhalí přímý výrobní postup nanuků Míša. Záměrem bylo odtajnění všech ingrediencí, ze kterých se Míša vyrábí, aby se zabránilo dalším spekulacím. Jako partner byl vybrán pořad Jídlo s.r.o. s Romanem Vaňkem v hlavní roli.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Fáze 1: Nezávislé testování (ve spolupráci s klientem jsme nechali provést nezávislé testování nanuku Míša. Výsledky se výrazně neshodovaly s hodnocením časopisu dTest. Prvním naším krokem bylo zveřejnění vyjádření k hodnocení testu výrobce nanuků, společnosti Tipafrost. Vyjádření bylo zveřejněno ve 36 % médií, které test nanuků čas. dTest převzaly. Fáze 2: Nanuk Míša v Jídle s.r.o. - Na základě výsledků testů se agentura domluvila na realizaci reportáže "pod taktovkou Romana Vaňka" v pořadu Jídlo s.r.o. Reportáž detailně poukázala na výrobní proces nanuků ve výrobním závodě v Třebíči, kde od zahájení výroby dbají na dodržení původní receptury, kvalitu zpracování, ingrediencí a výrobních procesech nanuků Míša. Finální video z reportáže, která vznikla čistě nekomerčně a nebyla ani jinak podpořena, můžete shlédnout zde: <https://www.stream.cz/jidlo-s-r-o/10007913-zmrzlina-misa>

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

vyjádření výrobce ve 36 % převzatých testů; 308 574 zhlédnutí pořadu Jídlo s.r.o.; 163 komentářů pod videem; 512 liků na Facebookových stránkách pořadu Jídlo s.r.o.