

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Mistrovství světa ve středověkém kontaktním boji – Bitva národů (Battle of the Nations) se v květnu 2015 poprvé konalo v České republice na pražském Petříně. Sport, který spojuje prvky bojových sportů jako zápas, kickbox, MMA nebo historický šerm, nebyl do konání turnaje v ČR prakticky vůbec známý. Naším cílem bylo vyvolat co největší zájem médií a jejich prostřednictvím vyvolat zájem veřejnosti a podpořit tak prodej vstupenek na mistrovství, a to v krátkém časovém úseku dvou měsíců. Komunikaci jsme postavili na: • osobním zážitku/zkušenosti novinářů (aktivní účast na trénincích českého národního týmu, press centrum v historickém stanu ve stanovém městečku ad.) • profilaci českého národního týmu (včetně osobních příběhů) • důrazu na unikátnost a diváckou atraktivitu turnaje • poskytování obrazově bohatého materiálu médiím Za dobu dvou měsíců se nám podařilo dosáhnout unikátního mediálního ohlasu – 224 mediálních výstupů. Turnaj navštívilo dohromady přes 9000 návštěvníků. Překonal očekávání organizátorů, kteří si kladli za cíl návštěvnost 8000 diváků. Turnaj byl pro nás úspěšný tím spíše, že prodej vstupenek byl zásadně ovlivněn PR aktivitami. Podle informací od organizátorů se prodej vstupenek vždy rapidně zvýšil po mediálním výstupu (např. účast ve Snídani s Novou, titulka Práva ad.).

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Vzhledem k tomu, že středověký boj v ČR dosud nikdo neznal a je vizuálně velmi atraktivní, měli jsme unikátní příležitost oslovit především média, která se věnují video obsahu, ať už se jedná o klasické televizní stanice, nebo o nové formáty médií jako např. Blesk.cz. Mistrovství nemělo téměř žádnou ATL podporu (s výjimkou plakátů po Praze). Prodej vstupenek byl tedy víceméně závislý na PR aktivitách.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Cílem bylo na turnaj přilákat co největší počet diváků a podpořit prodej vstupenek. Potřebovali jsme tedy vyvolat zájem médií a zprostředkovat informaci pro největší možný počet lidí. Proto jsme se ubírali cestou oslovení médií s velkým dosahem. Jako zahájení komunikace jsme uspořádali tiskovou konferenci, která vyvolala zájem médií a fungovala jako odrazový můstek pro další aktivity – rozhovory s bojovníky a organizátory mistrovství. Naše snaha byla nejen medializovat samotnou událost, ale i profilovat jednotlivé bojovníky – jejich životní příběhy a motivaci ke sportu. Členové českého týmu se také zúčastnili natáčení Snídaně s Novou – TV Nova nebo Na palubě – Praha TV a rozhovorů v Českém rozhlasu.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Měsíc a půl před turnajem jsme uspořádali tiskovou konferenci v historických prostorech Novoměstské radnice, kde bojovníci předvedli ukázkou středověkého souboje. Z tiskové konference byla odvysílána reportáž na Blesk.cz a zveřejněny články v tištěných (např. Deník, Metro, E15) a online médiích (např. Aktualne.cz) a ČTK. Vybrané novináře jsme zvali přímo na tréninky českého národního týmu. Chtěli jsme novinářům zprostředkovat co nejautentičtější zážitek, a proto jsme jim nabídli, aby si sami boj vyzkoušeli. Na základě těchto tréninků vznikla reportáž odvysílaná na Xman.cz <http://bit.ly/1StxBNI>, titulní strana a článek víkendové přílohy deníku Právo nebo Nedělního Blesku. Mluvčí českého národního týmu a jeden z bojovníků spolu s kapitánem českého týmu se účastnili Snídaně s Novou, rozhovorů v regionálních televizích nebo na stanicích Českého rozhlasu. V průběhu celého turnaje bylo novinářům k dispozici press centrum přímo v prostorech historického kempu. Před slavnostním zahájením vysílalo živě z prostředí kempu reportáž Studio 6 <http://bit.ly/1VENW5B>, které informovalo o zahájení mistrovství. Následoval slavnostní ceremoniál na Hradčanském náměstí, kam jsme pozvali celostátní a regionální televize. Nastoupení všech 35 mezinárodních týmů vysílala televize Prima, Nova, Barrandov a další televize.

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

Výsledkem PR komunikace v období od poloviny března do skončení akce v polovině května bylo 224 mediálních výstupů, 116 v tištěných médiích a 83 v online médiích. Bylo odvysíláno 11 reportáží na televizních stanicích a 10 v rádiích. 4 zprávy zveřejnila ČTK. Členové českého národního týmu se účastnili ranního vysílání (Snídaně s Novou), poskytovali rozhovory pro regionální televize a na stanicích Českého rozhlasu. Z tréninků vzniklo video a reportáže na Xman.cz, titulní strana a článek ve víkendové příloze deníku Právo a v Nedělním Blesku. Ze samotného turnaje vysílalo Studio 6 přímý přenos, TV Nova, Prima, Barrandov a regionální televize zařadily reportáže do odpoledních a večerních zpráv. Stream.cz vysílal online přenos z celého turnaje.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#), [Příloha 3](#)