

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Pro klienta GRANKO se nám podařilo vymyslet kreativní event spojený se značkou v podobě drakiády pro děti i rodiče. Akce za zcela minimální budget (cca 10 000 Kč) oslovila 1, 7 mil lidí a účastnilo se jí 600 osob, které na místě ochutnaly GRANKO a na okamžik se navrátily zpět do dětství.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Zadáním od klienta bylo připravit netradiční event k oslavám 36 let od založení značky GRANKO, který bude určen pro rodiny s dětmi a bude splňovat následující: • Bude mít takřka nulové náklady • Napřímo osloví větší počet lidí, kterým bude samplovat GRANKO • Vygeneruje velkou medializaci • Bude mít přesah na sociálních sítích

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Jelikož je značka GRANKO neodmyslitelně spojena s dětstvím, chtěli jsme uspořádat takovou akci, která bude atraktivní pro děti i rodiče a bude spjata s návratem do dětství. V branding u jsme pracovali s distinctivness prvkem značky, tedy červenými puntíky.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Drakiáda se značkou GRANKO byla akce pro rodiny s dětmi konaná na Vyšehradě spojená s výrobou a pouštěním vlastních puntíkatých draků, soutěží pro děti a se samplingem horkého kakaa. Abychom splnili klientovy náročné požadavky a skloubili je v jeden event, postupovali jsme následovně: • Náklady byly minimální díky výhodnému záboru veřejného prostranství na Vyšehradě (další náklady byly pouze v nákupu draků, balonků a malovacích potřeb pro děti). Program byl velmi lowcostový, ale přesto atraktivní pro rodiny i děti – děti si malovaly draky, dostávaly puntíkaté balonky, na místě probíhal sampling kakaa a soutěže o balení GRANKO. • Návštěvníky jsme zvali prostřednictvím eventů na Facebooku značky GRANKO • Medializaci jsme výrazně podpořili vydáním pozvánky na webech, které mají vysokou návštěvnost • Přesah na sociálních sítích jsme zajistili díky soutěži, ve které měli účastníci za úkol nahrávat své fotky na Facebook

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

Akce splnila požadavek na zcela minimální náklady – celkově cca 10 000 Kč. Účast byla obrovská - za 4 hodiny přišlo cca 600 lidí, na místě vznikalo doslova davové šílenství kolem draků a balonků, které jsme rozdávali, puntíky byly viditelné už z dálky. Rozsampovali jsme před 600 porcí kakaa. Na medializaci jsme měli jen 3 dny, přesto se nám podařilo docílit 12 výstupů s OTS 1, 7 mil. Na sociálních sítích bylo během 4 hodin sdíleno přes 100 fotografií z akce od návštěvníků na FB či Instagramu.

Přílohy:

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