

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Prostřednictvím narozeninového tiskového setkání se značkou M&M's se podařilo představit několik jednotlivých marketingových aktivit značky z různých oblastí jako atraktivní mediální kampaň. Klíčovým námětem se stala oslava narozenin „Červeného a Žlutého“, jež posloužila jako zábavný odrazový můstek pro předání všech zásadních informací. Značka M&M's byla tímto poprvé na českém trhu oficiálně uvedena v celé své komplexnosti – od historie dnes už v mnoha částech světa legendární značky, přes klasické atributy v podobě „hrdinů“ značky Červeného a Žlutého, brandované předměty až po unikátní unibrandové prodejny M&M's World. Jejich zmenšenou verzi se nám podařilo v podobě pop-up store pro novináře vytvořit přímo v centru Prahy, čímž jsme nadchli přítomné zástupce médií.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Značka M&M's v průběhu jara 2015 rozšířila své portfolio o nová větší balení produktů a současně posílila svou pozici v online prostředí a na sociálních sítích, když založila lokální facebookový účet a launchovala svůj první spot. Přáním a zadáním klienta bylo oficiálně představit značku médiím v kontextu všech těchto změn na vůbec prvním tiskovém setkání M&M's v České republice tak, aby se pomalu začala dostávat do povědomí jako něco výjimečného.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Díličí marketingové aktivity byly sjednoceny a obohaceny. Vzniklo tak nosné téma tiskové konference, v jehož rámci bylo možné vizuálně atraktivní, zábavnou a interaktivní formou představit značku v širším kontextu. Komunikace byla zaštitěna nosným tématem oslavy 60. narozenin Červeného a Žlutého a obsahově postavena na historii, síle a attributech značky M&M's. Jako speciální narozeninový dárek byl v rámci akce představen M&M's pop-up store.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Již samotná pozvánka na tiskovou konferenci byla koncipovaná jako „překvapení“ – speciálně navržený dárkový box ve stylu M&M's se „save the date“ kartou. Následovala pozvánka již přímo na narozeninovou oslavu. Celé provedení bylo do nejmenšího detailu propojením atributů značky v kombinaci s tématem oslavy narozenin. Nechyběly tedy balónky, narozeninový dort a jednotlivé nové komunikační prvky byly představeny jako dárky. Do prostor v centru Prahy byl instalován na míru navržený pop-up store, včetně sortimentu na zakázku vyrobených či z Londýna objednaných brandovaných předmětů, který měl evokovat M&M's World a dotvářet slavnostní atmosféru. V rámci programu byli novináři seznámeni s historií celé značky M&M's, do prezentace byli zakomponovány i aktuální aktivity. Na závěr si novináři měli možnost v pop-up store nakoupit za speciální měnu, a odnést si tak tematické dárky dle vlastního výběru.

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

Na tiskovém setkání se podařilo zhmotnit všechny důležité pilíře značky M&M's – její historii, hrdiny, typické brandované předměty a samozřejmě samotné čokoládové bonbóny M&M's. Všechny 25 novinářů bylo nadšeno nápadem proměnit prostor v českou verzi populárního M&M's Worldu, po vzoru toho, který mají v Londýně nebo New Yorku. Zároveň novináři získali širší představu o značce a odnesli si klíčové informace, z nichž následně dlouhodobě čerpali při přípravě článků. Akce vygenerovala celkem 25 výstupů se zásahem přes 2,6 milionu.

Přílohy:

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