

PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

Forbes 360°

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

360fly

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

Komunikační nástroje:

III.5 Sólkapr/Media placement

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Lucie Vaněčková

Funkce: Account Executive

Firma/organizace: AMI Communications

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha 1

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 602640767

Fax:

E-mail: lucie.vaneckova@amic.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: AMI Communications, spol. s.r.o.

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha 1

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

IČ: 63077370

DIČ: CZ63077370

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Nahlédli jsme za oponu jedné z nejúspěšnějších redakcí v ČR neotřelým způsobem. Díky tomu jsme získali publicitu designovému produktu na facebookovém kanálu Forbesu, kde by jinak kamera 360fly 4K neměla šanci, i když si zasloužila první místo v prosincovém srovnání 360 kamer na Bestproducts.com. Brand se dostal do povědomí řady potenciálních zákazníků. Celá

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Propagovat novou 360° kameru 360fly 4K na českém trhu a dostat ji do povědomí technologických a adrenalinových nadšenců neboli potenciálních zákazníků. V období uvedení na trhu se s 360° videem na českém trhu roztrhl pytel, což byla příležitost (zájem médií) a zároveň riziko (konkurence).

Strategie:

Kamera 360fly 4K nasbírala publicitu, díky článkům, které vyšly v reakci na tiskovou zprávu. Ihned vzbudila vlnu zájmu ze strany recenzentů, kteří se o ni prali jak tři čarodějnice o oko v Souboji titánů. Chtěli jsme ale atraktivní produkt dostat dál a jinak. A tak přišel na řadu Forbes, kam se technologie mohou dostat jedinečně inzerční cestou. Setkali jsme se s šéfredaktorem a spojili své síly, abychom vymysleli něco opravdu netradičního. Ze schůzky už odcházel Petr Šimůnek s novou hračkou.

Nástroje a aktivity

Nadstandardní vztahy s médii. Ty nám otevřely cestu k velké publicitě tak malé, i když výkonné hračky. K tomu pisatelský um, protože nejdříve jsme šířili evangelium o příchodu 360fly 4K písemnou formou.

Výsledky:

Šéfredaktor Petr Šimůnek odhalil 360stupňovou realitu redakce, která by se mohla přejmenovat na „továrnu na úspěch“. Během nahrávání představil redaktory v denním zápřahu a ukázal, jak plánují další díl měsíčníku. Sledující si mohli nastavit obraz tak, aby jim neunikl sebemenší pohyb. Prohlídku Forbesu zaznamenala jen během kampaně přes 8 000 zhlédnutí. Tím se brand dostal přesně ke kýžené cílové skupině, která se nebojí investovat do takové technologické vychytávky jako je 360stupňová kamera.

Výstupy a recenze celé kampaně na podporu 360fly 4K se objevily ve více než 20 médiích včetně Maximu, Novinek.cz či Digiareny.cz. Společnost tak získala řadu potenciálních zákazníků.

Weblinky:

<https://www.facebook.com/forbescsko/videos/1345938578780036/>