

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

Název projektu:

Milan

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

LEGO Trading s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy Public Relations

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží/Consumer Goods

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: Andrea Faflíková

Funkce: Senior PR&Event Manager

Firma/organizace: LEGO Trading s.r.o.

Ulice: U nákladového nádraží 10

Město: Praha 3

PSČ: 130 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420602658209

Fax:

E-mail: barbora.sumanska@ogilvy.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Ogilvy Public Relations

Ulice: Přívozní 2A

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

IČ: 25120158

DIČ: CZ 25120158

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Jmenuje se Milan a má práci snů, znělo v loňském roce našimi médii. Milan Reindl, jediný český designér stavebnic LEGO půjčil svou tvář PR kampani s nevídaným úspěchem. Rozhovory v médiích, YT video i stavění namixované do jedné kampaně vedené veselým klukem ze Sušice znamenaly 30% nárůst prodeje stavebnic LEGO Technic. A navíc už všichni vědí, kdo je Milan.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Stavebnici LEGO Technic se někdy také říká stavebnice pro „velké“ děti. Díky specifickému systému stavby a velmi komplexnímu a realistickému vzezření všech modelů si své fanoušky hledá mezi dětmi především ve věku od 7 do 11 let i dospělými konstruktéry. Název LEGO Technic zná každý z nich. Jak ale vypadá, v čem je jeho kouzlo, to věděl jen málokdo. My jsme to zkusili změnit. A použili jsme k tomu nejmocnější zbraň, kterou PR má – hluboký lidský příběh. Druhotným cílem této kampaně bylo zvýšení prodeje samotných stavebnic.

Strategie:

Milan Reindl je rodák ze Sušice, bývalý učitel chemie a už pátým rokem žije svůj sen – je jediným českým designérem stavebnic LEGO, konkrétně LEGO Technic. Média milují příběhy o úspěšných Čechách a my jsme se jeden přímo pohádkově rozhodli vyprávět všem. Dospělým jsme nabídli příběh, dětem pak stavění a setkání s hvězdou.

Nástroje a aktivity

Milana Reindla jsme pozvali na 48 hodin do Prahy a zajistili, abychom tento čas 100% využili pro propagaci značky LEGO Technic. Začal s rozhovory v ranním vysílání Studia 24. Poté následovalo natáčení videa pro LEGO YouTube kanál a workshop s 20 mladými fanoušky LEGO Technic. Ty jsme vybrali prostřednictvím soutěže v magazínu Rodina DNES necelý měsíc před konáním akce. O několik týdnů později začali Milana i náš PR tým sami aktivně kontaktovat novináři, kteří si všimli Milanova příběhu a chtěli s ním udělat další rozhovor. A pak znovu. Všichni chtěli kousek Milana pro sebe. Nakonec se štáb pořadu Slavní neznámí vypravil přímo za ním do Dánska.

Výsledky:

Milan byl 3x v TV, celkem 20 celostran neslo jeho příběh v 8 velkých médiích. Video na YT dosáhlo 115 000 zhlédnutí, mediální dosah byl více než 8 miliónů. V daném období neběžela jiná kampaň než tato a podařilo se navýšit prodeje stavebnic LEGO Technic o 30 % oproti stejnému období předchozího roku.

Když jsme dříve říkali, že pracujeme pro LEGO, první, co lidé zmínili, byla továrna v Kladně. Dnes říkají, že viděli toho sympatického kluka, který v Dánsku navrhuje LEGO Technic a má práci snů. To je úspěch v PR – ten, co se nedá změřit.

Weblinky:

<https://youtu.be/xm57XX2dxtw>