

## PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Bublinky

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

USSPA s.r.o.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

HRG

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

Komunikační nástroje:

III.1 Klasická firemní média (firemní publikace aj.)

**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: Klára

Funkce: Nová

Firma/organizace: USSPA s.r.o.

Ulice: Dolní Dobrouč 384

Město: Dolní Dobrouč

PSČ: 56102

Stát: Česká republika

### Kontakt:

Telefon: 733126322

Fax:

E-mail: klara.nova@usspa.cz

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

Podpis:

Datum:

### Fakturační údaje:

Firma/organizace: USSPA s.r.o.

Ulice: Dolní Dobrouč 384

Město: Dolní Dobrouč

PSČ: 56102

Stát: Česká republika

IČ: 63218003

DIČ: CZ63218003

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Bublinky jsou časopis, který za svou patnáctiletou historii vyrostl z informačního bulletinu v lifestyleový časopis. Nejedná se ale pouze o časopis, jde především o jeden z nejdůležitějších komunikačních nástrojů, který je součástí trvalé péče o stávající klienty firmy USSPA. Pro ty je jakousi výroční zprávou o dění ve firmě a přináší jim i praktické informace a stále více zajímavého čtení. Bublinky jsou podpůrným nástrojem ve službách a značně firmu odlišují od konkurence, protože jde o ojedinělý projekt v celém oboru spa. Trvale prohlubují loajalitu ke značce a pocit jistoty. Vedle katalogů, které ukazují jasnou formální tvář, je magazín dveřmi do duše a srdce firmy. Dnes tak mají Bublinky nezastupitelnou roli i v konečné fázi procesu rozhodování o koupi u nových klientů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním byl posun v obsahové části, a to rozšířením o odborné články v širším kontextu spa, tedy v oblasti zdraví, regenerace a vodoléčby. Naopak se měly zachovat oblíbené tradiční rubriky, dodržet skladbu hlavních tematických bloků a udržet otevřený koncept firemního média. Trvalým cílem pro Bublinky je vytvářet časopis, jehož vydávání dává skutečně smysl, časopis, který čtenářům něco přinese, dokáže informovat i bavit.

Bublinky jsou v první řadě určeny stávajícím zákazníkům firmy. Jsou to vyšší a vyšší střední příjmové skupiny ve věku 30 až 65+, převážně dobře situované rodiny nebo páry. Jejich společným rysem je každodenní vysoké pracovní nasazení, které, jak si uvědomují, je potřeba vyvážit odpočinkem. Vyžadují vysokou kvalitu produktů a služeb. Rok od roku roste význam časopisu jako důležitého nástroje podpory prodeje a cílí tedy i na potenciální zákazníky. Další neméně důležitou skupinou jsou obchodní partneři, kooperující firmy a dodavatelé. Časopis se využívá také ve vnitrofiremní komunikaci, svůj výtisk dostává každý ze zaměstnanců v období Vánoc.

Strategie:

Výchozí strategií bylo hledat zajímavá řešení na cestě ke smysluplnému odlišení se, aby časopis byl ve srovnání s předešlými vydáními opět výjimečný a také aby vystoupil z řady ostatních časopisů a byl zapamatovatelný. Podpořit to, co časopis propojuje a drží celek pohromadě (hlavní téma, struktura a grafika), a dát prostor nečekaným novým formátům v obsahu i vizuálu.

Nástroje a aktivity

Nástroje: nová grafika (vizuál, práce s fotografiemi, infografika), originální obálka (dvojitá obálka s extra funkcí), posílení obsahu (nové formáty, odborné zaměření, nová témata) a externí přispěvatelé, dárek v podobě CD.

Výsledky:

Veškerý obsah vzniká exkluzivně pro časopis a naopak se objevují požadavky na převzetí příspěvků do komerčních médií. Naposledy převzal časopis Dolce Vita realizaci studia Closer Architects. Časopis není volně v prodeji, ale díky inzerci si na své produkční náklady vydělá, což se podařilo i letos, přestože došlo k výraznému zvýšení nákladů spojených s rozsahem a zejména řešením obálky. Bublinky dosahují i formálního ocenění a umísťují se na předních příčkách odborných soutěží firemních médií.

Weblinky:

[https://issuu.com/usspa/docs/bublinky\\_2016](https://issuu.com/usspa/docs/bublinky_2016)