

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

Název projektu:

Charger

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

T-Mobile Czech Republic

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

nedori s.r.o.

**Přihlašujeme do:**

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: Daniela Chovancová

Funkce: IT &amp; Telco PR Director

Firma/organizace: Havas PR Prague, s. r. o.

Ulice: Letenské sady cp.1500 (Expo58)

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: +420 724 639 024

Fax: +420 220 397 725

E-mail: daniela.chovancova@havaspr.com

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Havas PR Prague, s. r. o.

Ulice: Letenské sady cp.1500 (Expo58)

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

IČ: 26121581

DIČ: CZ26121581

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Měsíčník Charger se stal oblíbeným časopisem o technologiích i pro ty, kteří je aktivně nesledují. Společnost T-Mobile se díky němu prezentuje jako technologický lídr, který činí životy svých zákazníků lepší a zábavnější. Není to pouze další časopis o technologiích či lifestyleový magazín. Propojením témat představuje novou kategorii: digitální lifestyle.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Úkolem bylo přepracovat koncept stávajícího produktového letáku do podoby magazínu, distribuovaného zdarma na pobočkách T-Mobile v nákladu 40000 ks, s elektronickou mutací tak, aby T-Mobile představoval jako technologického lídra, který zlepšuje život svých zákazníků a motivuje je k používání mobilních novinek.

Cílovou skupinu tvoří všichni zákazníci společnosti s důrazem na ty ve věku 20 - 45 let.

**Strategie:**

Charger není pouze dalším časopisem o technologiích či lifestyleovým magazínem. Odlišuje se původním obsahem, rozhovory se zajímavými osobnostmi či odvážnými testy mobilů a aplikací. Obsahově je postaven tak, aby mobilní technologie a životní styl elegantně propojoval. Technologie představuje v reálném kontextu, ve snadno stravitelné formě pro běžného zákazníka. Atraktivní novinky z různých oblastí života (od hudby, přes módu po sport i vaření) se prezentují zábavně a s nadhledem.

Grafický design vychází z potřeby obsah snadno transformovat do elektronické podoby. Vytvořili jsme proto tzv. magenta grid, motiv barevně sladěných čtyřúhelníků. Ty slouží pro zlom článků na stránky a přehledné rozložení obsahu, ale pracuje s ním i web, který je tak s tištěným časopisem provázan obsahem i graficky.

**Nástroje a aktivity**

S ohledem na širokou a zájmově nesouroudou cílovou skupinu musí dramaturgie vyvažovat tematický plán tak, aby si v každém čísle většina čtenářů našla důvod, proč jej přečíst. Důraz se klade na lidskou stránku technologií.

Každé číslo má vlastní průřezové téma, které reflektují jednotlivé pravidelné rubriky. Reprezentuje jej titulní osobnost ve velkém rozhovoru a je nějak spojené s její profesí. Další klíčovou rubrikou je Velký test mobilních telefonů, který s nadsázkou představuje vybrané novinky.

**Výsledky:**

Propojení témat technologií a životního stylu se skvěle podařilo. Z výzkumu mezi čtenáři Chargeru (01/2017) vyplývá, že se stal pro T-Mobile prostředníkem, který lidem příjemně vnáší do života technologie. Pozitivně ho hodnotí 91 % respondentů (59 % se líbí velice, 32 % se líbí). Nejdůležitější jsou pro T-Mobile rubriky přímo napojené na mobilní technologie. Výzkum ukázal, že právě ty jsou nejoblíbenější: rubriku Aplikace má nejrady 70 % respondentů, následuje Test mobilů (52 %) a rozhovor. Pětina čtenářů nebyla schopna vybrat rubriku, která je nezajímá. 82 % čte všechny rubriky; 41 % čte každé číslo a 45 % téměř každé. Zejména se ale daří přinášet technologie lidem do života: 79 % si stáhlo novou aplikaci představenou v Chargeru. O kvalitě magazínu svědčí i podpora osobností, které se v časopise objevují: Ben Cristovao, Jirka Král, Martin Fuksa a další na sociálních sítích hrdě Charger propagovali.

**Weblinky:**

[www.charger.cz](http://www.charger.cz), <http://www.charger.cz/archiv/>