

**PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže**

**Projekt:**

Název projektu:

Durex Orgasmic Event

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

Durex, Reckitt Benckiser

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

ADison

**Přihlašujeme do:**

Komunikační nástroje:

III.4 Tiskové konference

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: Alžběta Fridrichová

Funkce: Managing Director & Partner

Firma/organizace: ADison

Ulice: Chrudimská 6

Město: Praha

PSČ: 13000

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 607674026

Fax:

E-mail: alzbeta.fridrichova@adison.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Creative ADison s.r.o.

Ulice: Václavská 316/12

Město: Praha

PSČ: 1200

Stát: Česká republika

IČ: 26811090

DIČ: CZ26811090

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ano

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Nový Durex Orgasmic gel jsme podpořili celospolečenskou diskuzí na téma ženského orgasmu a samotné představení novinářům a influencerům pojali jako večírek plný osobních příběhů. Sdělení podpořila sexuoložka Laura Janáčková a české celebrity. Díky nekonvenčnímu pojetí celé akce jsme dosáhli výstupů v top médiích i na profilech vlivných influencerů.

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

Značka Durex uvedla na začátku roku 2017 na český trh nový produkt – Durex Intense Orgasmic gel, který má pomoci ženám k dosažení orgasmu. Cíl byl proto jasný – získat v médiích a na sociálních sítích publicitu a představit nový produkt veřejnosti. Zároveň tak, aby vše zapadalo do globální kampaně #OrgasmsForAll upozorňující na nerovnost vnímání orgasmu mezi muži a ženami. Produkt cílí na ženy, ale cílem bylo i otevřít celospolečenské téma.

**Strategie:**

Místo klasické tiskové konference či produktové tiskové zprávy jsme se rozhodli zrealizovat pro novináře a influencersy večírek, který dokáže předat hlavní sdělení a vytvoří prostor pro diskuzi na téma ženského orgasmu. Naší strategií bylo prolnutí edukace a zábavy, nadchnout prostředím, vyvolat emoce a povzbudit k šíření hashtagu #OrgasmsForAll. Klíčové bylo spojit neformálnost akce s tuzemskými ambasadory myšlenky, kterými se stala sexuoložka Laura Janáčková a celebrity (např. Marie Doležalová či Simona Krainová).

Večírek jsme zároveň využili pro interní komunikaci společnosti Reckitt Benckiser a pozvali i zaměstnance.

**Nástroje a aktivity**

Klíčové bylo zvolení prostoru. Výběr unikátního klubu Le Valmont v centru Prahy, který svou dekorativností ve stylu Ludvíka XVI. oslavuje lásku, vášně a nekonečné svádění, byl tím správným tahem.

Na úvod večera jsme připravili audio nahrávky hlasů, založených na reálných lidských příbězích, které hostům zprostředkovaly intimní pohledy na prožitky orgasmu. Moderátory večera byli Marie Doležalová a Marek Zelinka. Populární psycholožka a sexuoložka Laura Janáčková se postarala o odtabuizování tématu orgasmu. Následný volný program zkrášlila hudební dvojice VR/Nobody. A samozřejmě jsme se postarali i o přítomnost celebrit. Doplněk zábavy tvořil unikátní welcome drink v barvách Orgasmic gelu, Instagram který podpořil šíření #OrgasmsForAll, fotostěna nebo dáma na stropní houpačce.

**Výsledky:**

Celkově bylo na večírku 115 hostů, z toho 32 novinářů, 11 blogerek (např. Mámou stylově či Oh my beautiful life, Evelyn) a 7 celebrit (Simona Krainová, Aneta Vignerová, Jitka Asterová, Kateřina Kornová...)

Blogerky se postaraly o prezenci na Instagramu a Instastories (27 výstupů), o samotné akci informovalo 10 mediálních výstupů, mezi které patří i reportáž v TOP STAR magazínu na TV Prima. Téma ženského orgasmu zpracovalo dosud cca 30 médií. Díky výstupům v nejčtenějších českých magazínech, onlinech, TV či na profilech influencerů jsme dosáhli kumulovaného zásahu 23 milionů.

Pozitivním výsledkem akce bylo i prolnutí do interní komunikace klienta, jehož zaměstnanci, především obchodní zástupci, mohli prožít hodnoty značky Durex na vlastní kůži.

**Weblinky:**

<https://www.youtube.com/watch?v=hQovUqSis-s>