

PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

JOHN REED IS COMING TO PRAGUE

Koncept: původní

Rozpočet: Neuvádíme

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT 2018): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

McFit Global Group

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Friendly Friends s. r. o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

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 Jandová

Funkce: Co-Owner

Firma/organizace: Friendly Friends s. r. o.

Ulice: Bořivojova 108

Město: Praha 3

PSČ: 13000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 602286947

Fax:

E-mail: andrea.jandova@friendlyfriends.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Friendly Friends s. r. o.

Ulice: Šimůnkova 1607/17

Město: Praha 8

PSČ: 18200

Stát: Česká republika

IČ: 29049628

DIČ: CZ29049628

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Kompletní launch nové značky JOHN REED FITNESS MUSIC CLUB v České republice, která spadá do sítě McFIT Global Group se sídlem v Berlíně. Jde o zcela ojedinělý koncept klubu, který prolíná hudbu, design a fitness a který se návštěvníkům otevřel 14. září 2017 na Karlově náměstí v Praze. Agentura Friendly Friends měla na starosti kompletní ATL a BTL komunikaci včetně konceptu a organizace úvodní VIP party a press eventu a práce s influencery.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

1. Uvést na trh novou značku a vysvětlit koncept nového fitness klubu, který se zcela liší od existujících fitnessů v Praze. Vytvořit hype kolem nové značky za několik týdnů před otevřením.
2. Prodej co největšího počtu členství. Konkrétní číslo není zveřejněno s ohledem na obchodní tajemství.
3. Zaujmut cílovou skupinu 16 – 35 let, M/F 50%/50%
4. Propojit značku se zajímavými influencery, kteří osloví cílovou skupinu a pomohou zaujmout trh ještě před otevřením s cílem podpořit prodej členství v klubu za zvýhodněnou zaváděcí cenu.

Strategie:

Strategie komunikace byla fázována tak, aby její vrchol směřoval k samotnému press a VIP eventu den před otevřením pro veřejnost.

1. The beginning – vytvořit PR buzz kolem značky
2. The Sequel – pokračovat v komunikaci značky a podpořit její vnímání vlastním zážitkem v jiné zemi
3. The Consequence – PR podpora otevření nového klubu spojená s VIP party a press akcí pro média a influencery, blogery

Nástroje a aktivity

1. Tisková zpráva, face to face informace vybraným médiím včetně direct mailu médiím a influencerům v podobě fitness láhve s logem John Reed Fitness Music Clubu.
2. Press trip do Berlína pro vybraná média a influencery, spolupráce s vybranými influencery včetně tvorby jejich obsahu plus rozhovory pro média na téma zdravého životního stylu. Jádro osobností tvořili Benny Cristo, Nikol Moravcová, Nikol Švantnerová a Jitka Nováčková. Dalšími nástroji, které jsme využili byly tiskové zprávy a „Guerilla Music Workout“ – skupina tanečníků, kteří cestovali po Praze a na různých místech představili krátkou performanci podstatu klubu – pohyb a hudbu.
3. VIP a press event den před oficiálním otevřením nového klubu John Reed Fitness and Music Club v Praze. Celá akce byla koncipovaná v první části jako prezentace pro média s prohlídkou fitnessu a v druhé jako party, kde se představili přední DJs, kteří mají blízko k cílové skupině klubu.

Výsledky:

Počet nových členství: splněno

PR Value: 180 711 EUR

350 VIPs a médií navštívilo opening party na Karlově náměstí

61.996.631 impresí (online + tisk)

2.134.906 followers zasaženo influencery a návštěvníky VIP party

Weblinky:

<https://vimeo.com/238605350>, <https://www.friendlyfriends.cz/john-reed-case-study>