

**PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže**

**Projekt:**

Název projektu:

Duel s prezidentem

Koncept: původní

Rozpočet: 30000 Kč

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:

Máme na víc z.s.

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

Ewing Public Relations ve spolupráci s Máme na víc

**Přihlašujeme do:**

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media, I.8 Politická komunikace, politické PR, Public Affairs

**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: Tereza Gyurjánová

Funkce: Account manager

Firma/organizace: Ewing Public Relations s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha 7 - Holešovice

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 603980841

Fax:

E-mail: gyurjanova@ewingpr.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Ewing Public Relations s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha 7 - Holešovice

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 49712331

DIČ: CZ49712331

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Prezident Miloš Zeman se v prezidentské kampani prvního kola neúčastnil žádných předvolebních debat se svými soupeři. Pro získání pozornosti krátce před volbami jsme toto aktuální téma otočili: když nechce Zeman jít do duelu se soupeři, půjde soupeř do duelu s ním. Duel s prezidentem u Jaromíra Soukupa na TV Barrandov jsme anoncovali jako reálný, ve skutečnosti proběhl formou předtočeného a sestříhaného videa pouze na Facebooku.

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

Hlavním cílem bylo vzbudit pozornost a zaujmout, v posledním týdnu před volbami se od ostatních kandidátů odlišit, a to primárně v online prostoru. Jako cílové médium jsme vybrali Facebook. Cílovou skupinou byli současní i váhající voliči, které jsme chtěli na sociálních sítích oslovit vtipem a nápadem.

**Strategie:**

Prezidentská kampaň na prezidenta České republiky vrcholí. Všichni kandidáti se pravidelně objevují v různých médiích v debatách, jen současný prezident Miloš Zeman trvá na tom, že žádnou kampaň nevede a žádných debat se neúčastní. S jednou jedinou výjimkou: TV Barrandov a jeho pravidelný každotýdenní rozhovor s ředitelem TV Barrandov Jaromírem Soukupem. Společně s klientem jsme se rozhodli, že ke konci kampaně je potřeba se k tématu, které se samo o sobě stalo velkým mediálním tématem, postavit trochu jinak. Nápad byl sestříhat video do formátu Duel Jaromíra Soukupa na TV Barrandov, který bude vypadat jako skutečný pořad. Striktně jsme se drželi v rovině faktické jasnosti a přehlednosti, nic není vytrženo z kontextu či jinak upravené. Video je sestříhané ze záběrů, které na TV Barrandov skutečně proběhly.

**Nástroje a aktivity**

Natočili a sestříhali jsme šestiminutové video, kde prezident Zeman debatuje s Michalem Horáčkem u Jaromíra Soukupa na TV Barrandov. K distribuci videa jsme využili sociální síť Facebook, konkrétně profil Michala Horáčka. Nejprve jsme v úterý ráno týden před volbami před pravidelným vysíláním Duelu JS se Zemanem na TV Barrandov (každé úterý v 18:00) krátkým patnáctisekundovým teaserem oznámili, že od 18 hodin bude Duel s prezidentem. Nikde jinde než na facebookovém profilu Michala Horáčka jsme informaci nezveřejňovali. Následovala ohromná vlna reakcí, jak mezi diskutujícími, tak i z novinářského světa. Přesně v 18 hodin v úterý, tedy v pravidelném čase vysílání Duelů s prezidentem, jsme video zveřejnili na Facebooku.

**Výsledky:**

Video bylo fanoušky pozitivně přijato. Z analýzy komentářů vyplynulo, že Ti, jež celou situaci pochopili jako nadsázku, ji hodnotili jako vtipnou a Ti, jež ji vzali vážně a opravdu si mysleli, že Michal Horáček bude večer v 18:00 v Duelu s prezidentem u Jaromíra Soukupa na TV Barrandov, Michalu Horáčkovi v debatě fandili. Naší aktivity si všimla i tradiční média (MF DNES, lidovky.cz, 168 hodin). Na Facebooku mělo video dosah přes 1,2 miliónu uživatelů (1 231 269 uživatelů) a téměř půl miliónu zhlédnutí (489 372 zhlédnutí). Video mělo obrovský virální potenciál – téměř 80% zhlédnutí videa bylo organické. Sentiment FB videa – 7827 pozitivních reakcí, pouze 183 negativních reakcí a přes 1200 komentářů.

**Weblinky:**

<https://www.facebook.com/mhmamenavic/videos/1763508123681324/> , <https://www.facebook.com/mhmamenavic/videos/1767813919917411/>