

PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Prodejna budoucnosti

Koncept: původní

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:

Alza.cz

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Alza.cz

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: Kateřina Daňková

Funkce: PR Specialista

Firma/organizace: Alza.cz

Ulice: U Pergamenky 2

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420778746899

Fax:

E-mail: katerina.dankova@alza.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Alza.cz a.s.

Ulice: Jateční 33a

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 27082440

DIČ: CZ27082440

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Prodejna budoucnosti - to je extrémně rychlé bezobslužné nakupování, žádné fronty, neomezená otevírací doba a dosud nevídaný nákupní komfort. Zákazník si vybere zboží sám nebo mu pomohou odborníci na video chatu, objedná a ihned vyzvedne. Unikátní inovace vyšla na 5 mil. Kč a jako první si ji vyzkoušeli novináři na tiskové konferenci cca týden před otevřením pilotní prodejny na pražské Floře.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu je přiblížit se maximálně individuálním požadavkům zákazníků a vyjít jim vstříc zejména časově - jde o rychlý a pohodlný nákup. Samoobslužné provozovny ukazují jasný technologický pokrok. Vývoj a realizace trvala rok, vše se programovalo interně. Provozovna je vybavena schránkami upravenými na míru 80% portfolia. Zásobována bude zpočátku 2 denně. V plánu jsou další provozovny na stanicích metra Můstek a Budějovická.

Strategie:

Strategie tiskové konference - umožnit vybraným novinářům exkluzivní prohlídku prodejny týden před prvními zákazníky + představit inovativní koncept praktickou ukázkou nákupu od objednávky zboží s video operátorem až po vyzvednutí (každý novinář měl vlastní unikátní kód pro otevření schránky s dárkem)

Nástroje a aktivity

Rozeslání pozvánky vybraným novinářům týden před TK, call-back, home made futuristické občerstvení na místě, pozornost v podobě dárkového balíčku s drobnými produkty, které bude možné v prodejně najít a které novináři objevili po zadání kódu ve schránkách, tisková zpráva poskytnuta na místě v tištěné i elektronické podobě, kompletní informace poskytl na místě ředitel expanze Jan Moudřík, později prodejna spojena dalšími aktivitami (např. soutěž o Samsung s předáním přímo v prodejně), vše podpořeno komunikací na sociálních sítích a webu

Výsledky:

První mediální výstupy ještě týž den, do 3 týdnů po akci přes 50 zmínek + další žádosti o prohlídku prodejny včetně německého deníku Freie Presse a britského freelancera, uveřejněna videa z prohlídky, fotogalerie, opakované výstupy v médiích i po otevření prodejny pro veřejnost; srovnávání Prodejny budoucnosti s Amazon GO; téma stále rezonuje i po 3 měsících (zatím poslední reportáž z prodejny 15.4. na Radiožurnálu a 16.4. na ČRo Plus), celkem již kolem 100 zmínek

Weblinky:

<https://www.alza.cz/alzacz-v-praze-otevira-pilot-samoobsluzne-prodejny-budoucnosti>, https://www.youtube.com/watch?v=5T_-etqw4S0,
<https://video.aktualne.cz/z-domova/alza-ma-prodejnu-budoucnosti-bude-bez-prodavacu-a-otevorena-n/r~fb6c43caf60911e794dbac1f6b220ee8/>,
<https://youtuberi.cz/video/79169-jak-vypada-prodejna-budoucnosti-vlog>,
<https://www.novinky.cz/internet-a-pc/460381-otevoreno-nonstop-a-zadni-prodavaci-tak-vypada-prodejna-budoucnosti.html>,
https://ekonomika.idnes.cz/alza-obchod-budoucnosti-0w1-/test.aspx?c=A180112_135810_test_fih