

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Aukční lahev pro Paraple

Koncept: jiné

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

Projekt byl navržen a proveden pro:

Plzeňský Prazdroj

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate

Responsibility and Philanthropy, I.4 Business-to-Consumer (B2C)

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: Miroslav Jašurek

Funkce: Consultant

Firma/organizace: Bison & Rose

Ulice: Františka Křížka 1

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420606664602

Fax:

E-mail: miroslav.jasurek@bisonrose.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Bison & Rose

Ulice: Františka Křížka 1

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

IČ: 25660004

DIČ: CZ25660004

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Pilsner Urquell organizuje v předvánočním čase aukci speciálních designových lahví pro Centrum Paraple. V minulých letech bylo úkolem oslovit úzkou skupinu dražitelů. V roce 2018 jsme naopak chtěli zasáhnout širokou veřejnost, charitativní projekt jí představit a zvýšit jeho obecnou známost. Spojili jsme proto téma aukční lahve se 100. výročí vzniku Československa a přizpůsobili tomu zaměření projektu. Díky tomuto posunu jsme dosáhli výrazného nárůstu medializace i rekordního výtěžku aukce.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

- 1) Zajistit vysokou atraktivitu aukční lahve Pilsner Urquell a zvýšit povědomí o projektu PU mezi širokou veřejností.
- 2) Neztratit zájem dražitelů a afluentní cílové skupiny se v projektu angažovat.
- 3) Překonat předloňskou medializaci i finanční výtěžek z aukce pro Centrum Paraple.

Strategie:

Využili jsme výročí 100 let od založení ČSR k vytvoření atraktivních a jedinečných aukčních lahví: vybrali jsme autorské designerské česko-slovenské duo (V.Mlynář a J.Pollág) a zvolili design odrážející celé století (100 unikátních vrypů) a 10 klíčových milníků historie ČR.

Připravili jsme obecnější témata na míru mediím – pro ta seriózní jsme se zaměřili na design, příběhy, 100 let perspektivou Pilsner Urquell, pro ta bulvárnější (jako např. Blesk) jsme zpracovali přehlídku nejdražších piv světa.

Zaměřili jsme se i na televizi (ČT, TV Nova) a využili charitativního přesahu projektu.

Komunikaci jsme rozšířili i na sociální sítě, kde se ambasadori projektu stali známé tváře a milovníci Pilsner Urquell (jako např. L. Bouček, L. Svoboda či F. Sajler), kteří o aukční lahvi informovali na svých sítích.

Nástroje a aktivity

Popisuje část Strategie.

Výsledky:

Zadání kampaně jsme dokonce přeplnili a překonali jsme hned několik rekordů – oproti r. 2017 narostla medializace o 56 % (bylo publikováno 167 výstupů) s celkovým zásahem téměř 7 milionů lidí. Aukční lahev s logem Pilsner Urquell byla ve všech článcích, fotografiích i v televizi – a to ve zpravodajství TV Nova, České televizi a stala se i hvězdou Star Dance.

Vybudili jsme i dražitele, kteří Centru Paraple prostřednictvím aukční lahve přispěli celkem 2 759 988 Kč. A prodali jsme historicky vůbec nejdražší lahev piva v Evropě a druhou nejdražší na světě, když jedna z deseti lahví byla vydražena na rovných 700 tis Kč (dosud nejdražší 250 tis Kč).