

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

CinCin party pro Cinzano

Koncept: původní

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:

Cinzano

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události/Events

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: Monika Felgrová

Funkce: PR Specialist

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:

Cinzano je pro mnoho z nás synonymem nedělních obědů u babičky, a tak trochu retro nápojem. A právě toto vnímání chce ikonická italská značka u nás změnit. Komunikaci zahájila před Vánoci a výzvou bylo v krátkém čase za minimální rozpočet uspořádat unikátní večer pro poměrně nesourodou společnost – novináře, partnery firmy i zaměstnance distributora. Výstupem bylo mnoho fotografií, videí a rozhovorů v lifestyleových médiích, postů na sociálních sítích a nezapomenutelný zážitek pro hosty večera.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo představit Cinzano na exkluzivní akci určené pro distributory a novináře s cílem připomenout tradiční produkt a zároveň ukázat, že Cinzano nepatří pouze na vánoční tabuli, ale ke každé příležitosti, která si zaslouží přípitek. Výzvou bylo získat pokrytí v lifestyleových titulech bez jediné koruny investované do mediálního prostoru.

Strategie:

Vytvořili jsme příležitosti pro přípitky. Vsadili jsme na propojení Cinzana s italskou kulturou a gastronomií v kombinaci s vysoce atraktivními a reprezentativními prostory Italské ambasády. Do programu jsme vtáhli známé osobnosti, díky nimž jsme ukázali variace příležitostí k přípitku a zvýšili atraktivitu a tím i potenciál pro publicitu. Tradiční značku Cinzano jsme ukázali v novém světle, přesto s důrazem na její historii a spojení s CinCin – synonymem pro přípitek.

Nástroje a aktivity

Hlavním nástrojem byla řada atraktivních fotopříležitostí s celebritami a slavnostní atmosféra večera. Popřáli jsme k narozeninám olympionikovi a moderátorovi Romanu Šebrle, připili na úspěch české beachvolejbalové dvojici Markétě Slukové a Barboře Hermannové, popřáli novému italskému velvyslanci, herci Martinu Dejdarovi k novému filmu i samotné značce Cinzano. Akci pro více než sto hostů moderoval známý italský šéfkuchař Emanuele Ridi, hudební doprovod formou známých italských árií zajistil operní pěvec Vratislav Kříž. Přítomnost značky jsme podpořili výstavou historických reklamních plakátů. Samozřejmě byly na míru připravené podklady a fotografie pro jednotlivá média i direct mail pro ty, kdo nemohli dorazit.

Výsledky:

Víc než dvě desítky atraktivních fotografií a článků v předních lifestyleových a marketingových médiích s vysokým zásahem publikovány během několika málo týdnů po uspořádání akce. Jejich součástí bylo vždy Cinzano – ať již v rámci brandingů, nebo přímo v hlavní roli CinCin přípitku. Zásah posílilo uveřejnění příspěvků na sociálních sítích celebrit. Celkově se podařilo zasáhnout víc než 3,3 milionu čtenářů a sledujících sociálních sítí.