

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

275 příběhů

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:

Sazka

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Konektor Social 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: Josef Halada

Funkce: Junior social media consultant

Firma/organizace: Konektor Social s.r.o.

Ulice: Karlovo náměstí 288/17

Město: Praha

PSČ: 120 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 607 891 022

Fax:

E-mail: josef.halada@konektorsocial.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Konektor Social s.r.o.

Ulice: Karlovo náměstí 288/17

Město: Praha

PSČ: 120 00

Stát: Česká republika

IČ: 01698567

DIČ: CZ01698567

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

275 - přesně tolik nových milionářů vytvořila Sazka za rok 2018. My jsme vyrazili do ulic, sesbírali přání 275 lidí, vytvořili z nich výstavu armády žlutých figurín s 275 milionářskými sny, a nakonec nechali jednoho „snílka“ vyhrát 100 000 Kč na splnění jeho snů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Sazka zásadně ovlivnila život 275 lidem, ze kterých udělala v roce 2018 milionáře. Jenže - dokážete si představit, kolik je 275 lidí? Málokdo ano. My jsme se rozhodli množství nových milionářů demonstrovat žlutou armádou 275 figurín. Ztížením pro nás byl fakt, že jsou loterijní výherci zcela anonymní a nemůžeme tak pracovat s jejich reálnými příběhy, proto jsme vyšli do ulic a zeptali jsme se na milionářské sny 275 obyčejných lidí. Cílem projektu pak bylo odkomunikovat počet nových milionářů a zároveň ukázat, že se za nimi skrývají reální lidé a že jich je skutečně obrovské množství.

Strategie:

Když jsme nemohli prezentovat skutečné milionáře, rozhodli jsme se vytvořit vlastní. Za každým z 275 milionářů se totiž skrýval nějaký sen a s touto myšlenkou pracujeme napříč kampaní. Rozhodli jsme se vyrazit do ulic a vyzpovídat 275 náhodných lidí. Zeptali jsme se jich, jak by naložili s případnou milionovou výhrou v loterii oni. Rozhodli jsme se, že jednomu z nich umožníme jeho sen částečně realizovat - každý kdo nám své přání řekl a nechal se vyfotografovat, se zařadil do soutěže o 100 000 Kč. O výherci pak hlasovala veřejnost po dobu 14 dní na speciální microsite www.275.cz.

Nástroje a aktivity

Na úplném začátku jsme vyrazili do terénu a posbírali příběhy a sny lidí, abychom následně nechali vyrobit 275 ženských i mužských siluet v typicky žluté barvě, se kterou mají lidé Sazku spojenou. Na figuríny jsme napsali reálné sny námi oslovených lidí a převezli je do OC Černý most, kde našich 275 milionářů vytvořilo zajímavou a působivou instalaci. Návštěvníci měli celých 14 dní možnost se mezi figurínami procházet a číst si sny ostatních lidí. Při zpovídání lidí jsme se snažili vyvarovat obligátním přáním jako jsou nové auto či bydlení, a tak jsme z lidí vytáhli například sny jako pořídít si závodní holuby, hasičskou stříkačku, kremroli od cukráře Skály každý den do konce života nebo třeba vlastní tramvaj. Samotná impozantní instalace masy 275 žlutých figurín získala skvělé ohlasy od obchodního centra i samotných návštěvníků, což se odrazilo i na počtu návštěvníků soutěžního webu.

Výsledky:

Dokázali jsme přetvořit něco abstraktního do reálné podoby. Lidé se díky kampani dozvěděli, že 275 lidí je skutečná armáda reálných milionářů. Zároveň jsme jednomu obyčejnému člověku splnili sen. Právě o vítězi rozhodovalo více než 30 000 návštěvníků webu, kteří udělili více než 53 000 hlasů. Výhra 10 000 pro registrované hlasující byla také lákavá, protože se díky ní zaregistrovalo více než 3 000 uživatelů. To vše za dva týdny. Výstava figurín na Černém mostě měla 2 týdny visibilitu kolem 500 000 návštěvníků. V PR pak díky jedinečnosti netradiční instalace, spolu s komunikací počtu milionářů za minulý rok, kampaň zasáhla přes 4 000 000 lidí.

Weblinky:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ZM11EJpVZMsfQZpOscKUnx001zEibXRo?usp=sharing>,
<https://www.blesk.cz/clanek/radce-penize/597790/velky-milionarsky-pruzkum-vse-odhalil-jak-by-cesi-nalozili-s-miliony-a-prali-by-je-i-ostatnim.html>,
<https://www.novinky.cz/komercni-clanky/498990-hlasujte-pro-prani-ktere-sazka-splni-a-vyhrajte-10-000-korun.html>,
<https://www.ahaonline.cz/clanek/musite-vedet/157782/kazdy-pracovni-den-pribyl-v-roce-2018-jeden-milionar-jak-se-pri-takovem-narustu-cesi-divaji-na-sv-e-bohate-spoluobcany.html>