

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

Název projektu:

Bára Poláková: Světový rozruch na sociálních sítích

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:

Barbora Poláková

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Lesensky.cz

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media

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: Petr Lesenský

Funkce: Majitel

Firma/organizace: Lesensky.cz

Ulice: Štursova 583/49

Město: Brno

PSČ: 61600

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 774743800

Fax:

E-mail: petr@lesensky.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: LESENSKY.CZ s.r.o.

Ulice: Štursova 583/49

Město: Brno

PSČ: 61600

Stát: Česká republika

IČ: 29373336

DIČ: CZ29373336

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Kdo by po loňské zdařilé kampani neznal Báru Polákovou? Stala se vůbec první umělkyní na světě, která vysílala a zároveň natáčela svůj videoklip k písni 2-8-5 prostřednictvím Instagramu. Za pouhé dva dny ho shlédlo 300 000 lidí, v médiích byl tématem takřka 200 zmínek. V hlasování hudebních akademiků získal Cenu Anděla za videoklip roku a zahraniční redaktori z Music Ally ho zařadili mezi 50 nejlepších marketingových počinů roku, navíc mu udělili prestižní ocenění Best Use of Live Streaming.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Prvním cílem PR kampaně bylo zdůraznit jedinečnost projektu – Bára Poláková videoklip živě přenášela na svém Instagramu a vznikl na jeden záběr. Druhým cílem kampaně pak bylo podtrhnout stěžejní téma videoklipu i textu písně, která se zamýšlí nad významem navyšování počtu přátel a sledujících za každou cenu při honbě za štěstím. Maximálně důležité bylo přizpůsobit veškerou komunikaci prostředí sociálních sítí a vzhledem k extrémně rychlému organickému dosahu a potenciálním rizikům sladit a provázat všechny komunikační aktivity již od příprav samotného klipu.

Strategie:

Populární herečka a zpěvačka Bára Poláková je svými originálními nápady, kreativitou i citem pro detail dobře známa. Loni po prázdninách se rozhodla ke své písni 2-8-5 natočit videoklip na svůj smartphone značky Nokia. Tlačítko zmáčkla ve tři čtvrtě na sedm večer v úterý 12. září. V klipu s Bárou vystoupila hromada jejích přátel a také několik hvězd českých sociálních sítí.

Nástroje a aktivity

Na tvorbě videa aktivně participovali kromě Pavla Lišky také Jan Révai, Hana Vágnerová, Petra Nesvačilová, Marie Štípková, Markéta Frösslová nebo Jiří Zeman. Ti všichni přenášeli fragmenty z natáčení během akce prostřednictvím svých kanálů. Z řad vlivných influencerů a youtuberů si v klipu zahráli Shopaholic Nicol, Pedro, MenT, FattyPillow, Tary, Koki, Duhovka, Radka Třeštíková, Mariana Prachařová, Pavel Cejnar či Hustej Vercajk. Ti všichni v tentýž čas na svých profilech živě vysílali klip ze svého pohledu. Vznikla tím neobyčejná sociální pavučina, díky níž si sledující mohli sami vybrat, koho vysílání budou sledovat. Všem sledujícím se tak naskytla unikátní příležitost vidět klip z nejrůznějších úhlů pohledu. Úspěch projektu podtrhla zdařilá úroveň samotného videoklipu, jehož náročné technické provedení ocenili jak tuzemští hudební akademici Cenou Anděl, tak zahraniční redaktori z Music Ally.

Výsledky:

V souvislosti s klipem 2-8-5 jsme v médiích zaznamenali bezmála 200 mediálních výstupů, a to s opakovaným zásahem ve většině stěžejních médií. Co se týče sociálních sítí, klip shlédlo už během prvních 24 hodin v Instastories sedmdesát tisíc lidí. Za první dva dny měl skoro 300 000 zhlédnutí a na Facebooku měl příspěvek dosah až půl milionu sledovatelů. Díky klipu vzrostla fanouškovská základna Bary Polákové na Instagramu o 34%, na Facebooku o 10%. Nárůst FB metriky "Lidé, kteří o tom mluví" byl sedminásobný. Kromě hlavní protagonistky zaznamenávala natáčení klipu svým pohledem většina zúčastněných, čímž se pavučina zhlédnutí neustále šíří.

Weblinky:

Videoklip (all phones edit): <https://1url.cz/4MkH9>, Videoklip (the very first live streamed music video in the galaxy): <https://1url.cz/1MkHc>