

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

Název projektu:

Instagram prodává tištěné knížky

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:

Knihy Dobrovský

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží/Consumer Goods

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: Lenka Karlíková

Funkce: Client Service Director

Firma/organizace: FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Ulice: Lomnického 1705/9

Město: Praha

PSČ: 140 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420 739 570 967

Fax:

E-mail: karlikova@fleishman.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Ulice: Lomnického 1705/9

Město: Praha

PSČ: 14000

Stát: Česká republika

IČ: 25670247

DIČ: CZ25670247

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Prostřednictvím nejpobulárnější platformy plné krátkých videí, načančaných obrázků a stručných hesel jsme dokázali prodat knížky o stovkách stran. V předvánočním čase jsme převálcovali konkurenci a místo obvyklých booktuberů využili širokou síť předních českých influencerů, kteří originálně prezentovali zajímavou literaturu dále mezi lidmi. Nárůst prodejů některých titulů se vyšplhal až na 300 % a zásah za dobu spolupráce se počítal v milionech uživatelů a stovkách tisíc unikátních uživatelů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Chtěli jsme posílit pozici tištěné knihy a zároveň rozšířit tituly nových nakladatelských značek Našeho nakladatelství, které funguje pod společností Knihy Dobrovský. Kampaň měla rovněž za cíl podpořit méně známé či úplně nové zahraniční i české autory. Díky této spolupráci využily instagramové celebrity svůj vliv k šíření a podpoře české i světové literatury.

Strategie:

Využili jsme instagramové profily slavných maminek, herců, hudebníků, moderátorů, modelek, a zaměřili se na různé věkové kategorie. Díky tomu Instagram ožil všemi žánry knih, a to i těmi, které nebyly podpořeny žádnou jinou reklamou. Zároveň jsme vybírali literaturu na míru, aby vyhovovala vkusu jednotlivých influencerů i konceptu jejich instagramového profilu. Vytvořili jsme tak zcela přirozenou formu spolupráce.

Nástroje a aktivity

- Navázali jsme spolupráci s větším množstvím influencerů. Skupina byla vybrána tak, aby obsahovala mikroprofily i influencers se zásahem přes 100k.
- Dbali jsme na zahrnutí více věkových skupin (20+, 30+, 40+) a zaměření (travel, lifestyle, parenting, fashion atd.).
- Šířili jsme kvalitní literaturu a podpořili návrat k tištěné knize na instastories i v instagramových postech.
- Umístili jsme a zviditelnili nové nakladatelské značky a e-shop Knihy Dobrovský.

Výsledky:

Instagram byl zaplaven knížkami. Předali jsme prostřednictvím influencerů veřejnosti informace o bestsellerech i méně známých autorech a vytvořili tak novou čtenářskou základnu. Rozšířili jsme povědomí o nových nakladatelských značkách Našeho nakladatelství i návštěvnost samotného e-shopu Knihy Dobrovský. Zvýšili jsme prodej jednotlivých titulů a podpořili šíření literatury v českém prostředí. „Tak tohle je fakt jedna z nejkrásnějších knížek za poslední dobu,“ říká Anie Songe o Květinové zahradě. „Zero můžu jedinečně doporučit, jakožto obrovský fanda Orwella! Děkuju moc @knihydobrovsky a těším se na knížku, co si přečtu v dubnu,“ pochvaloval si Lukefry. „Možná mi to nebudete věřit, ale tuhle knížku mám už dlouho a čtu jí POTŘETÍ!!! Už je to hodně let, co čtu tzv. motivační knížky, ale tahle jde tak trochu proti nim... ale přesto s nimi. Je úžasná a jsem rád, že vychází znova,“ uveřejnil o titulu Důmyslné umění jak mít všechno u pr**le Roman Vojtek.