

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

Název projektu:

Galaxy kemp

Koncept: původní

Rozpočet: 30k Euro

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:

Samsung Česká a Slovenská Republika

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Cheil Czech

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital & social media

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

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: Jana Kurialová

Funkce: Head of Client Service

Firma/organizace: Cheil

Ulice: V Parku 2294/4

Město: Praha

PSČ: 14800

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 420773382093

Fax:

E-mail: j.kurialova@cheil.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:Firma/organizace: Cheil Germany, organizační složka Cheil
Czech

Ulice: V Parku 2294/4

Město: Praha 4

PSČ: 14800

Stát: Česká republika

IČ: 24261432

DIČ: CZ682912413

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Projekt Galaxy Kemp přinesl koncovým spotřebitelům možnost si zasoutěžit o nově uvedený prémiový smartphone Samsung Galaxy Note9 a zároveň dovolil formou netradičního zážitku vyzkoušet všechny jeho možnosti.

4denní nabitý program plný zážitků a technologií si užilo více než 40 účastníků, kteří svou pozitivní zkušenost se značkou Samsung a produktem Galaxy Note9 sdíleli se svými přáteli skrz sociální sítě.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vytvoření aktivity O2O (online to offline), která interaktivní a zábavnou formou představí produkt Galaxy Note 9 a jeho hlavní benefity a zároveň vytvoří prostor pro sdílení pozitivní zkušenosti se značkou Samsung v prostředí sociálních sítí.

Strategie:

Pojítkem lokální komunikační kampaně produktu Galaxy Note 9 byl leitmotiv Svoboda v každém tahu. Tento statement odkazuje k široké škále možností využití funkcí smartphonu a hovoří primárně ke generaci millenials žijící "nomádkým" stylem života.

Kampaň odstartoval oficiální unpack smartphonu Galaxy Note9 v New Yorku, u kterého byl přítomen hlavní ambassador značky Samsung na Slovensku - Matěj Sajfa Cífra. V průběhu letního pobytu v USA uveřejňoval Sajfa každý týden (celkem 5x) soutěžní otázku, která odkazovala na Sajfovy časté pracovní výlety spojené se značkou Samsung. Paralelně se Sajfovými aktivitami se rozběhly i soutěže o další smartphony a vouchery na pobyt na Galaxy kempu u dalších vybraných slovenských influencerů (zapojila se moderátorka Adriana Poláková, olympionička Zuzana Stromková, herec Marek Fašiang a moviemaker Boris Holečko) a na on-line webech Startitup.sk a MojAndroid.sk. Celkem se podařilo zkompletovat 30 výherců. Tato vítězná skupina doplněná o 5 influencerů a 5 trenérů Samsung se od 28.9.-1.10.2018 vydala do slovenských Tater vstříc netradičním zážitkům.

V místě pobytu byl pro všechny účastníky připraven bohatý program plný zážitků a soutěží, které využívaly jak technologické možnosti produktů Samsung, tak zapojily kreativitu soutěžících.

Zážitkové aktivity byly prokládány interaktivními produktovými školeními vedenými trenéry Samsung, kteří zároveň v rámci eventu poskytovali technologické poradenství a podporu všem účastníkům.

Díky přítomnosti influencerů, novinářů a také samotných účastníků byl pobyt neustále dokumentován a sdílen na sociálních sítích, takže bylo možné skoro každý moment eventů sledovat očima samotných účastníků.

Pozitivní "offline" zkušenost tak byla přenášena zpátky do online prostředí.

Nástroje a aktivity

- 1) Soutěže o Galaxy Note9 a vouchery na pobyt na Galaxy kempu
- komunikováno skrz zapojené influencery a media
- 2) Komunikace real-time obsahu z eventu Galaxy kemp
- komunikováno skrz zapojené influencery, média a účastníky kempu
- 3) Zážitková reportáž z Galaxy kempu
- prezentovaná v médiích a na kanálech influencerů (YT)

Výsledky:

Influenceri, média a účastníci dohromady vygenerovali více než 376 instastories s celkovým zásahem cca 249tis./1 story. Celkem jsme tak doručili pozitivní message o značce Samsung a produktu Galaxy Note9 více než 250 000 uživatelů slovenských sociálních sítí.