

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

Název projektu:

Kurzy jako součást zpravodajství na Slovensku

Koncept: původní

Rozpočet: 40.000

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT): Ne

Projekt byl navržen a proveden pro:

Tipsport

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Tipsport

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Politická komunikace, politické PR, Public Affairs

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: Filip Timár

Funkce: šéf komunikace

Firma/organizace: Tipsport

Ulice: Bucharova 14a

Město: Praha 5

PSČ: 158 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 724 849 438

Fax:

E-mail: vaclav.sochor@tipsport.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Tipsport.net a.s.

Ulice: Politických vězňů 156/21

Město: Beroun

PSČ: 26601

Stát: Česká republika

IČ: 28178653

DIČ: CZ699000475

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Slovenská média ve zpravodajství vůbec nezohledňovala kurzy sázkových společností. Přitom např. v době moratoria před volbami jsou kurzy jedinými přesnými informacemi o šancích kandidátů. Třeba vítězství Z. Čaputové jsme předpověděli ještě v době, kdy byla jasným outsiderem. Sérií workshopů s bookmakerem a kontinuálním zapojením novinářů do akcí Tipsportu se nám podařilo během pár měsíců o 180 stupňů otočit vnímání relevance informací ze sázkovek, které se staly součástí zpravodajského servisu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Média na Slovensku, na rozdíl od českých, v redakčním prostoru prakticky vůbec nezveřejňovala zasílané kurzové informace na sport, ale zejména na politiku a společenské sázky. V odpověď na TZ přicházely jen nabídky inzerce. Zadáním bylo situaci změnit, vzbudit zájem médií tak, aby po nás kurzové informace v ideálním případě sama vyžadovala. V pozadí našeho úsilí je vzbuzení zájmu o kurzové sázení a propagace značky Tipsport. Naše aktivity jsme zaměřili výhradně na cílovou skupinu novinářů především mainstreamových (spíše než sportovních) médií.

Strategie:

U novinářů jsme chtěli poukázat především na 2 věci:

- 1) Kurzy jsou často nejpřesnějšími předpověďmi výsledku, na rozdíl od průzkumů veřejného mínění lidí na svůj tip sázejí své vlastní peníze. Novou slovenskou prezidentku jsme „věděli“ už řadu týdnů dopředu, v době, kdy měla preference pod sedmi procenty, podobně přesní jsme byli u voleb slovenských primátorů (i českého prezidenta...).
- 2) Pro zveřejňování kurzů neexistuje žádné moratorium. Těsně před volbami jde o jediný spolehlivý zdroj informací o šancích kandidátů.

Nástroje a aktivity

Uspořádali jsme sérii setkání mainstreamových novinářů s bookmakerem. Expert na společenské sázky, rodilý Slovák, matematik Pavol Boško nabídl odbornou analýzu ze zcela jiného úhlu než např. politolog. Zároveň si tím v médiích buduje pozici odborníka. Předané informace byly pro slovenské novináře zcela nové a nečekané. Okamžitě jsme pro ně začali pořádat akce, zvat je na sportovní události (např. Tipsport Malta Cup) a pravidelně si s nimi dávat 1-to-1 schůzky. Záhy nás začali sami kontaktovat se žádostmi o kurzy – což se do té doby na Slovensku nikdy nestalo. Tento zájem nebyl ze strany Tipsportu nijak podpořen inzertní spoluprací.

Výsledky:

Zatímco před zahájením našeho projektu jsme na Slovensku zaznamenávali jen několik výstupů měsíčně, už po prvním setkání s bookmakerem jich byly desítky. Zlom dobře vyjadřuje graf v příloze. Rychlý reálný dopad na byznys Tipsportu: trojnásobný nárůst sázek na politiku a společenské události. V aktivitách pokračujeme a táhneme nahoru celý tamní sázkařský průmysl. Slovenský trh není žádnou výjimkou, jak mnozí tvrdí: i tam se lze prosadit se silným sdělením. My to navíc dokázali v době schvalování přísného loterijního zákona. Přístup slovenských médií se nám podařilo doslova přes noc zcela otočit. Informace, které dříve nikdo nepublikoval, jsou dnes součástí zpravodajského servisu a média nás se žádostmi o kurzové ohodnocení oslovují sama.

Weblinky:

<https://dennikn.sk/1360046/bookmaker-politickyh-stavok-harabin-nas-prekvapil-na-trumpovi-sme-prerobili/>,
<https://domov.sme.sk/c/22069382/tipsport-eviduje-na-prezidentske-volby-viac-ako-desatisic-stavok.html>,
<https://www.aktuality.sk/clanok/628639/kto-je-favoritom-bookmakerov-na-bratislavskeho-primatora/>,
https://1drv.ms/v/s!Aou6JBSstvyonaVG9Bq3F3da1_6gkw