

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

Název projektu:

Festival novodobých kutilů &#8211; Maker Faire Prague 2018

Koncept: původní

Rozpočet: 3 000 000

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:

Žádná věda z.s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

TAKTIQ COMMUNICATIONS s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události/Events

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: Leona Daňková

Funkce: PR manažer

Firma/organizace: TAKTIQ COMMUNICATIONS s.r.o.

Ulice: Malá Štupartská 634/7

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 605228810

Fax:

E-mail: leona.dankova@taktiq.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Taktiq Communications s.r.o.

Ulice: Malá Štupartská 634/7

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

IČ: 02517116

DIČ: DIČ: CZ02517116

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Maker Faire je největší světová přehlídka kreativity, inovací a důmyslnosti pro celou rodinu, která se na popud společnosti Make Media koná od roku 2006 v mnoha městech po celém světě. V Česku se první ročník podařilo zrealizovat 23. a 24. června na na Výstavišti v Praze Holešovicích. Na festivalu vystavovalo a ukázalo svou tvorbu 180 kutilů, bastlířů a tvůrců všech generací. Akce přilákala 10 500 návštěvníků z řad rodin s dětmi, studentů, geeků a inovátorů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem PR bylo uvést akci co Česka, seznámit veřejnost s hnutím makerů a přilákat na akci návštěvníky a tvůrce.

První fáze komunikace "Call for Makers" se zaměřila na samotné tvůrce. Cílem bylo nalézt 100 vystavujících amatérských a profesionálních tvůrců mezi kutily, dílnami, školami a začínajícími firmami.

Druhá fáze kampaně cílila na návštěvníky: rodiny s dětmi, studenti, školy, kutilové, inovátoři a IT nadšenci. Jelikož se jednalo o první ročník neznáme akce, bylo cílem přilákat 5 000 návštěvníků.

Strategie:

První část kampaně se zaměřila odborné tituly (časopisy, weby, sociální sítě), partnerství s odbornými garanty a mailing na cílové skupiny. Mediální partnerství s Technet.cz, Vesmír, RC Revue, Cheehacks. Mailing poštou 200 ks letáků a plakátů mezi školy, dílny, DDM a kroužky s výzvou na distribuci mezi členy. Direct mail na tyto instituc

Druhá část kampaně se zaměřila veřejnost. Spojení s mediálními partnery: iDnes.cz, ČRO Plus, ABC, Vesmír, Radio1, Radio Expres umožnila efektivní zásah na cílovou skupinu. Dále proběhla rozesílka poštou na základní a střední školy v Praze s pozvánkou na akci, letáky a plakátem. Soustředili jsem se též na sociální sítě: Facebook, Instagram, kde probíhala kampaň na pozvánku na akci.

Nástroje a aktivity**Call for Makers**

1. Inzerce a PR v odborných titulech (online a print)
2. Promo videa u vybraných makerů, která se poté použila na sociálních sítích a vybraných partnerů.
3. Mailing na dílny, DDM
4. FB kampaň

Veřejnost

1. Pozvánka na akci v TV, rádiu a titulech mediálních partnerů
2. Plakátovací kampaň po Praze.
3. Tisková konference po uzávěrce Call for Makers formou chutnávky tzn. Flag Makerů. Akce proběhla v prostorách Průša Lab a ukázala top vystavovatele. Dorazilo 40 novinářů, seznámili se s formátem akce, nafotili si materiál, který poté použili před akcí.
4. FB kampaň
5. Rozesílka na školy.

Výsledky:

Příhlášku podalo 200 vystavovatelů z řad makerů, bastlířů a kutilů. Vystavovala jich nakonec celkem 180.

Na akci dorazilo oproti očekávání 10 500 návštěvníků (cílili jsem na 5 000) z řad veřejnosti, osobností i celebrit. Atmosféra byla vyjmečná a užili si to jak návštěvníci tak vystavovatelé: <https://www.youtube.com/watch?v=1F4Wqjcov3k&t=41s>

Fotky z akce: <https://prague.makerfaire.com/cesko-hleda-bastlire-kutily-a-vynalezce/>

Akce měla velký ohlas v médiích. Celkem jsme dosáhli 300 výstupů v tištěných 14,7 %, online 72 %, TV 1,6 % a radiu 7 %.

Weblinky:

<https://prague.makerfaire.com/>