

## **PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**

### **Projekt:**

Název projektu:

115 Harley-Davidson

Koncept: původní

Rozpočet: cca 100 mio Kč

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:

Harley-Davidson Praha

### **Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

Knowlimits Group, a.s.

### **Přihlašujeme do:**

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

**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: Jakub Koutek

Funkce: Head of PR Department

Firma/organizace: Knowlimits Group, a.s.

Ulice: Komunardů 20

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

### **Kontakt:**

Telefon: 774 547 902

Fax:

E-mail: koutek@know.cz

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

Podpis:

Datum:

### **Fakturační údaje:**

Firma/organizace: KNOWLIMITS Group a.s.

Ulice: Rybalkova 375/59

Město: Praha

PSČ: 10100

Stát: Česká republika

IČ: 24179396

DIČ: CZ699004959

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Agentura KNOWLIMITS...

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Oslovení široké...

Strategie:

Komunikace před akcí

Tato fáze začala uspořádáním tiskové konference konané 20. června 2017 v Praze. V této fázi kampaně jsme se zaměřili na:

- Propojení všech relevantních komunit a organizací za účelem zvýšení ochoty a vůle k aktivní spolupráci a posílení pocitu sdíleného zápalu pro společnou věc. Komunitami se pro tyto účely rozumí media, komerční partneři, orgány veřejné správy (na národní, mezinárodní, krajské a místní úrovni), fanouškové značky (tradiční jezdci na motocyklech H-D), motocyklistická veřejnost (bez ohledu na preferovanou značku motocyklu) a široká veřejnost, zejména rodiny s dětmi.

Povzbudili jsme veřejnost, aby "se vydala na cestu a jezdila"

Sub-kampaně propagovaly lokalitu akce jako turistickou destinaci (Praha, Střední Čechy, Česká republika), program Rides-In byl založen na "sbírání návštěv" autorizovaných delershipů Harley-Davidson na cestě do Prahy napříč Evropou (participovalo více než 100 dealerství), jezdecká soutěž Czech American Challenge a Central Bohemia Challenge byly založeny na podobném principu, avšak se zaměřením na turistické a kulturní zajímavosti v rámci České republiky. Všechny program byly technicky podporovány a realizovány prostřednictvím na míru vytvořené mobilní aplikace (ta umožňovala skenování QR kódů jednotlivých lokalit a tedy jejich "sbírání")

Komunikace během a po skončení akce

Během týdne, ve kterém samotné Oslavy probíhaly, jsem se zaměřili na tok zpráv a novinek tak, abychom jak návštěvníkům akce, tak i těm, kteří se neúčastnili, dali k dispozici aktuální informace o tom, co se právě děje, nebo se brzy dít bude.

Vrchol této fáze komunikační kampaně začal čtyři dny před zahájením Oslav a trval do dne ukončení akce +1.

Nástroje a aktivity

Join us to celebrate in the place you always wanted to visit (podpora turismu - Praha)

Speed Up - Slow Down - Czech It Out (podpora turismu - Středočeský kraj)

Land Of Stories (podpora turismu - Česká republika)

Rides In (100+ H-D dealerství v celé Evropě)

Czech American Challenge (pamětní místa 100 let vztahů České republiky a USA)

Central Bohemia Challenge (turistické destinace ve Středočeském kraji)

Poznámka: Během roku 2017 a 2018 navštívil specializovaný team 12 vybraných významných motocyklistických setkání po celé Evropě. Na nich prezentoval Oslavy 115. Výročí ve vlastním speciálním promo stánku. Nejvzdálenější destinací Road Show Tour byl patrně ruský Petrohrad. Součástí stánku byla i "podpisová stěna", u které se mnozí fanouškové scházeli, setkávali, vyhledávali podpisy svých přátel, celebrit a na samotné akci v Praze i vlastní. Pořízená selfie a skupinová foto pak byla sdílena na vlastních osobních profilech na sociálních sítích.

Výsledky:

Výsledky

- publikace (print a online) 1100+ (76+ milionů zobrazení)
- sociální média (zobrazení) 5+ milionů (kumulované)
- Facebook videa - dosah 400.000+
- Návštěvníci na místě 110.000+
- Počet zemí, ze kterých přijeli 77
- Zážitky, vzpomínky, spojení se značkou NEPOČÍTANĚ

Weblinky:

<https://youtu.be/fBEB5g7iSyM>