

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

Název projektu:

Jak bydlí chrostíci

Koncept: původní

Rozpočet: 124600

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:

Hypoteční banka

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

Elite Solutions

**Přihlašujeme do:**

Komunikační nástroje:

III.2 On-line média (intranet, webové stránky, RSS, PDA aj.)

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: Jan Javornický

Funkce: mám

Firma/organizace: Elite Solutions

Ulice: Milíčova 470/6

Město: Praha

PSČ: 13000

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 731162751

Fax:

E-mail: jan.javornicky@elitesolutions.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Elite Solutions, s.r.o.

Ulice: Milíčova 470/6

Město: Praha

PSČ: 13000

Stát: Česká republika

IČ: 02687771

DIČ: CZ02687771

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

#### Stručné shrnutí projektu:

Nečekané spojení klubajícího se hmyzu a poskytování hypoték, šmrncnuté šperkařským uměním a završené dobročinnou aukcí se skvělými výsledky. Vše zabalené do online streamování na sociálních sítích a webu. Chrostíci jedli, rostli, budovali, aby se pak do svého díla ze stříbra a zirkonu zakuklili, a následně se zrodili jako motýli. Model „slow TV“, který tu u nás ještě nebyl – to je kampaň Jak bydlí chrostíci.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Stejně jako u webu HB.cz je cílová skupina tvořena lidmi, kteří si (stejně jako chrostíci) budují vlastní domov. Chrostíci ukázali, že Hypoteční banka není chladná instituce, ale sedí v ní lidé stejní jako ti, kteří si kupují její služby. Kromě originálních vzpomínek na dětskou četbu jsme celou komunikaci pointovali v dobročinném duchu (dražba šperků vytvořených chrostíky).

#### Strategie:

Už tři roky pomáháme Hypoteční bance ukázat, že je sice institucí plnou bankéřů, analytiček, realitních expertů a expertek, ale pod těmito tituly se ukrývají běžní lidé z masa a kostí, a že Hypoteční banka je tu především proto, aby lidem pomáhala k vlastnímu bydlení. Díky nám Hypoteční banka ukazuje, že může pomoci nejen finančně, ale také dobrými radami, tipy a tak podobně. Je to ale dost?

Poprvé v historii českého marketingu byl hlavní hvězdou kampaně klienta z bankovního sektoru hmyz. Toto nečekané spojení jsme navíc kombinovali s populárním formátem „slow TV“. Vše mělo pointu v dobročinné aukci, kdy utržené peníze za šperky chrostíků šly na dobrou věc.

Inspirovali jsme se tak u Sekorova Ferdya Mravence a vrhli se na chrostíky, kteří mají unikátní styl budování příbytků pro své larvy. K budování domečků jsme jim nabídli stříbro a zirkony. Díky tomu vznikly unikátní šperky, které putovaly do aukce. Výtěžek byl použitý na dobročinné účely.

#### Nástroje a aktivity

Přímý přenos z akvária jsme streamovali na webu hb.cz i facebookových stránkách Hypoteční banky. Diváci tak mohli sledovat, jak chrostíci pojmenovaní Škudlinka, Větvík a Škeblík, hledali vhodný stavební materiál a postupně lepili své domečky.

Odvysíláno 540 hodin přímých přenosů. Zkonzumováno 38 listů ředkve seté, 27 listů salátu dubáčku, 9 listů špenátu setého a omylem také jeden list šefříku obecného. Ze všech chrostíků se zdárně vylíhli motýli.

Kromě live streamu na sociálních sítích byly součástí i texty a fotografie z přípravných fází a také aukce, na které se dražily šperky vytvořené samotnými chrostíky.

#### Výsledky:

Projekt Jak bydlí chrostíci vzbudil nadšení u klienta i uživatelů. Šperky vyrobené z opuštěných kulek byly jednoznačným hitem dobročinné aukce a strhla se o ně pořádná přehazovaná. Díky této kampani se podařilo opět zlidštit vnímání Hypoteční banky. O úspěchu svědčí i fakt, že se chystá pokračování. Návštěvnost webu hb.cz se díky „chrostíkům“ zvedla o třetinu a počet interakcí na Facebooku narostl o téměř 300 %.

#### Weblinky:

<https://youtu.be/upsOff422LE>, <https://www.hb.cz/jak-bydli-chrostici/>,  
<https://www.hb.cz/chrostici-se-predstavili-jako-spickovi-sperkari-utrzene-penize-sly-dobrou-vec/>