

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Cranberry party se podařilo upoutat pozornost bulvárních médií k americkým brusinkám v době jejich sklizně, resp. jejich příchodu do českých obchodů. Téměř všechna podzimní čísla bulvárních a lifestyleových médií byla plná fotek známých osobností z Cranberry party, reportáž v Top Star magazínu by se dala označit jako 5 min. reklama na americké brusinky.

Cílem projektu bylo přitáhnout pozornost médií k americkým brusinkám v období, kdy se sklízají a v čerstvé podobě přichází do obchodů, a prezentovat americké brusinky (v jídle, nápojích, oblečení) jako módní hit široké veřejnosti (s pomocí novinářů). Cranberry party měla pomoci viditelně americké brusinky v médiích prostřednictvím českých celebrit.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Americké brusinky byly donedávna na českém trhu téměř neznámou plodinou. V průběhu dvouleté PR kampaně se čeští spotřebitelé setkali s americkými brusinkami jako přísadou do chutných receptů a znají je také pro jejich zdravé prospěšné účinky. Výzvou však bylo představit americké brusinky jako moderní záležitost a pomocí jiných než „vařících“ médií. Lifestyleovým a bulvárním médiím jsme ale museli poskytnout dostatečně zajímavý obsah, aby psali o celebritách ve spojitosti s brusinkami.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Cílové skupiny: široká veřejnost, se zaměřením na ženy. Pro realizaci či vyhodnocení projektu nebyl realizován žádný průzkum.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

U vstupu na party byli VIP hosté „označeni“ náhrdelníkem z čerstvých am. brusinek a tím pomohli dostat brusinky na stránky magazínů. Všichni také obdrželi koktejl Cosmopolitan, se kterým byli vyfoceni. Catering a nápoje z brusinek byl častým objektem fotografů při ochutnávání VIP. Bulvární média měla po celou dobu desítky příležitostí k focení a pořizování rozhovorů s celebritami. Moderátorkou byla G. Partyšová, mj. redaktorka Top star magazínu, díky které se dostala CP do TV pořadu se všemi klíčovými sděleními o brusinkách. Na programu party byla také módní show sdružení „Kolouch sen“, na které vystoupila známá modelka Kateřina Průšová, a následná dražba kostýmů ve prospěch nadace Lucie.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

25 výstupů v tištěných a online médiích

2 výstupy v televizi

2 727 000 CZK AVE

13 680 670 celková čtenost a sledovanost

ROI (return of investment – návratnost vložených prostředků) = 11

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele: