

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Cílem projektu zpracovaného pro společnost Microsoft bylo představit novou verzi Internet Exploreru běžným uživatelům i IT profesionálům, Projekt je specifický zejména v tom, že launch probíhal ve dvou fázích. Prvním mezníkem bylo představení "testovací" beta verze v září 2010, jehož cílem bylo přesvědčit běžné uživatele k vyzkoušení softwaru a poskytnutí zpětné vazby. Launch plné verze pak proběhl v březnu 2011 a hlavním cílem bylo předvést možnosti nové verze, zejména ohledně rychlosti, podpory moderních standardů, bezpečnosti a dalších funkcí. Společným zadáním obou fází bylo vystihnout odlišnost nové verze od předešlých, které ztrácely podíl na trhu. I přes to, že projekt trval přes půl roku a funkcionalita bety a finální verze byla téměř stejná, podařilo se zajistit nepřetržitý zájem všech druhů médií od televizí, denního tisku až po IT media. Pozitivně byl též zadavatelem hodnocen vysoký počet stažení testovací verze a požadovaný feedback od uživatelů. Na změny, které nová verze přinesla, se také díky bohatému informačnímu toku připravili i vývojáři a začlenili podporu pro prohlížeč do svých redakčních systémů.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Cílem projektu bylo oslovení běžných uživatelů zprávou, že Internet Explorer 9 beta je rychlý, moderní prohlížeč s pokročilými bezpečnostními funkcemi a nenese stopy po nevýhodách minulých verzí. Vybraní novináři byli vysláni do San Franciska na světový launch IE 9 beta, pro ostatní byla přichystána tisková konference v centru Prahy. Jednotlivé funkcionality byly přitom připodobněny k přirozeným aktivitám. Rychlost byla vyjádřena možností zazávodit si na simulátoru proti Karlovi Abrahámovi (český Moto GP závodník), protože šlo o uvedení beta verze, při příchodu se podával mrkvový drink Mrkvosoft. Jelikož produkt nese název Explorer, večer byl v pátracím duchu a plný soutěží, přičemž cenou pro každého byla cestovatelská knížka aneb „Staňte se Explorerem“. Dárkem na rozloučenou byl balíček mrkví, jak jinak než v počtu 9. V mezidobí mohli novináři soutěžit o nejpřesnější tip počtu stažených IE9 beta instalací a byla pro ně uspořádána akce do pražských kolektorů aneb „Explore pražské podzemí“. Představení finální verze pak bylo v ryze neformálním, zábavném stylu, přičemž vše jsme se snažili ladit v duchu „new design“. Modelky pomalované logy IE9, které vytvořila profesionální bodypainterka, vítaly novináře a rozdávaly zázračně modrý welcome drink. Protože ne všichni novináři testovací verzi vyzkoušeli, byli hromadně odsouzeni k vězeňskému rautu – tedy kotlíkovému guláši z ešusu, který podávali zaměstnanci cateringu v pruhovaných kostýmech. Novinářům byly také dodány materiály, které shrnují bezpečný pohyb na internetu a několik bezpečnostních zásad. Pro případ, že by se novináři dostali do problémů, byli vybaveni KPZ – krabičkami poslední záchrany s IE sirkami, IE kondomem pro ještě větší bezpečí, bonbony s hroznovým cukrem, náplastí a provázkem. Celkově uvolněná atmosféra byla podpořena i STOMP kapelou, která předvedla jak lze s kancelářskými potřebami vytvořit zajímavé rytmy a zapojila do hry téměř všechny novináře. Vedle závaby a dobrého jídla zde bylo i dostatek prostoru pro diskuse se zástupci vývojářů i zástupci ze společnosti Microsoft.

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

Cílovou skupinou sdělení byli novináři a opinion leadereři mezi IT novináři a prostřednictvím nich uživatelé z řad koncových uživatelů, IT odborníků i firem.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Projekt byl složen z více částí – tisková konference, vyslání novinářů do USA, následná práce s tématem a launch finální verze. Tisková konference byla prvním představením produktu cílové skupině. Novináři měli možnost zúčastnit se soutěže o víkendový wellness pro dva nebo Ford Explorer na víkend tipováním, kolikrát bude produkt stažen do počítače do konce měsíce. Následná práce zahrnovala například 1:1 setkání se zástupci vývojářů nebo možnost zúčastnit se návštěvy pražského podzemí.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

PO obou dvou tiskových konferencích vygenerovali pozvání a zúčastnění novináři více než stočlanků ve strategických médiích s velkým dosahem. Produkt byl stažen celosvětově v počtech: 36 milionů beta verze, finální verze pak 128 000 stažení za první týden v ČR, 11 milionů celosvětově. Internet Explorer se tak stal nejstahovanějším Internet Explorerem v historii a články o funkcích se objevují neustále.

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