

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Díky exkluzivní tiskové konferenci s americkou herečkou Andie MacDowell konané 27.2. 2013, kterou ve velmi krátkém čase zorganizovala agentura PR.Konektor pro značku L'Oréal Paris, se podařilo propojit 3 klíčová témata značky L'Oréal Paris pro rok 2013, dosáhnout jejich širokého mediálního pokrytí, v rámci sociálních médií zapojit aktivně jejich uživatele a v důsledku zvýšit prodej.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Zadání projektu znělo propojit 3 klíčová témata značky L'Oréal Paris pro rok 2013 v rámci jednoho uceleného eventu. Cílem bylo zajímavým způsobem připomenout a posílit všeobecné povědomí o sloganu „Because You're Worth It“, představení nové produktové řady Revitalift Laser Renew a limitované edice dekorativní kosmetiky Color Riche Cannes. Značka L'Oréal Paris ve spolupráci s agenturou PR.Konektor přišla s návrhem prezentovat tato témata prostřednictvím světoznámé herečky a ambasadorky značky L'Oréal Paris – Andie MacDowell. Tato významná žena představila hlavní sdělení na exkluzivní tiskové konferenci v centru Prahy, která se uskutečnila pro VIP novináře předních médií tří zemí – České republiky, Slovenska a Maďarska. Velkým úspěchem tohoto eventu bylo jeho zorganizování v rekordním čase kratším než měsíc od zadání a následné široké mediální pokrytí napříč zúčastněnými zeměmi. Celá akce spočívala v kompletním zajištění cesty a pobytu MacDowell v Praze spolu s veškerým programem, zajištění dopravy a ubytování zahraničních novinářů, s klíčovými médii byly domluveny exkluzivní rozhovory. Zvoleny byly luxusní prostory restaurace Bellevue s výhledem na Hradčany v centru Prahy. Zorganizována byla též veškerá produkce a technické zázemí. Samotného eventu bylo následně využito v rámci komunikace L'Oréal Paris v sociálních médiích, kdy byla 3 témata personifikována MacDowell, včetně speciálních videospotů, v nichž MacDowell vyzývá uživatele k aktivnímu zapojení v kampani Revitalift Laser Renew. Pro ni byla vytvořena webová stránka [www.revitaliftlaser.cz](http://www.revitaliftlaser.cz), kde se uživatelé mohou v interaktivní formě seznámit s touto produktovou řadou a stát se jejími oficiálními testery. Aktivní zapojení uživatelů bylo dále podněcováno na sociální síti Facebook.

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

Cílovou skupinou byli novináři z předních lifestyleových médií z České republiky, Maďarska a Slovenska. V rámci sociálních médií potenciální testeři a konzumenti produktů L'Oréal.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Rozhodnutí uspořádat tiskovou konferenci s MacDowell vycházelo z faktu, že herečka excelentně reprezentuje 3 klíčová témata L'Oréal Paris pro rok 2013. Její osobní i profesní kvality, úspěchy a zkušenosti komplexně ztělesňují filozofii značky „Because You're Worth It“, jako celosvětově známá herečka se pravidelně účastní festivalu v Cannes a je stěžejní tváří produktové řady Revitalift. Cílem bylo prostřednictvím síly její osobnosti tato témata vzájemně propojit a současně natolik atraktivnit, aby byla upoutána pozornost médií a bylo dosaženo širokého mediálního pokrytí. V rámci sociálních médií bylo cílem zvýšit atraktivitu komunikovaných témat, pozornost uživatelů a současně je aktivně zapojit do testování produktů.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Tisková konference zaznamenala velkou účast pozvaných novinářů. Celkem se zúčastnilo 34 předních lifestyleových médií, 20 z ČR, 6 z Maďarska a 8 ze Slovenska. Během eventu proběhlo 10 exkluzivních rozhovorů -pro český a maďarský časopis Elle, časopis Jackie, Harper's Bazaar, Marie Claire, český a maďarský InStyle, slovenský Madam Eva, TV Markíza a maďarský Cosmopolitan. Ve výsledku bylo dosaženo širokého pokrytí napříč všemi typy (tištěná, online, tv) předních lifestyleových médií všech tří zemí. V ČR se jednalo o celkem 23 výstupů, např. reportáž na TV Prima ve V.I.P zprávách, rozhovor v Jackie, Elle, InStyle, Moje Psychologie, články v Ona Dnes, idnes.cz, lidovky.cz, blesk.cz. Na Slovensku o 14 výstupů, např. v hlavních zprávách TV MARKÍZA či rozhovor v časopise Madam Eva. Mediální hodnota v ČR a na Slovensku je k dnešnímu dni přes 400 tisíc Euro. 3 klíčová témata značky L'Oréal Paris během krátké doby získala mimořádný prostor v předních lifestyleových médiích doprovázený množstvím audiovizuálního materiálu. Od konání TK došlo k zhruba trojnásobnému nárůstu prodeje řady Revitalift Laser Renew. Kromě toho lze předpokládat upevnění filozofie značky L'Oréal Paris „Because You're Worth It“. V rámci sociálních médií bylo dosaženo aktivního zapojení uživatelů do kampaně Revitalift Laser Renew, k dnešnímu dni je registrováno více než 4 tisíce testerů.

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