

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

IKEA vytvořila pro návštěvníky Designbloku 2012 v rámci své expozice rozsáhlý prostor s prezentací různého stylového využití designové kolekce IKEA PS (Post Scriptum) 2012. Pro návštěvníky bylo k dispozici wi-fi připojení s možností stáhnutí digitální verze katalogu kolekce IKEA PS 2012 a průvodce expozicí formou MP3 nahrávek v češtině a angličtině. Expozice byla slavnostně zahájena za účasti designérů Matse Nillsona (kreativní ředitel celé kolekce) a Johanny Jelinek (spoluautorka kolekce IKEA PS 2012, má české kořeny a její otec působil také jako designér IKEA ve Švédsku), kteří osobně představili novou kolekci IKEA PS 2012. Během Designbloku došlo k maximálnímu využití přítomnosti švédských designérů pro komunikaci na různé cílové skupiny (TK, setkání se zaměstnanci IKEA, setkání se členy IKEA FAMILY klubu, individuální rozhovory pro média, přednáška J. Jelinek pro veřejnost). Díky tomuto přístupu se IKEA prezentace zařadila mezi mediálně nejviditelnější v rámci Designbloku a byla navržena na cenu šéfredaktorů.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

V první fázi byla realizována příprava strategie a plánu aktivit včetně koordinace zahraničních hostů - M. Nillsona, J. Jelinek. Druhou podstatnou fází byla příprava samotné expozice IKEA. Společnost IKEA vytvořila pro návštěvníky Designbloku 2012 rozsáhlý prostor, ve kterém si mohli projit stylově různá využití designové kolekce IKEA PS 2012. V prostorách expozice bylo zdarma zajištěno wi-fi připojení s možností stažení digitální verze katalogu kolekce IKEA PS 2012 a přehrávání MP3 nahrávek v CZ a EN, které zájemce provedly celou expozicí. V průběhu Designbloku byli přítomni zaměstnanci IKEA, kteří návštěvníky expozice detailněji seznamovali s IKEA PS 2012 kolekcí a funkcí nábytku. Třetí fáze zahrnovala samotnou realizaci aktivit. V rámci zahájení výstavy proběhlo představení nové kolekce IKEA PS 2012 za účasti designérů Matse Nillsona (kreativní ředitel celé kolekce) a Johanny Jelinek (spoluautorka kolekce IKEA PS 2012) novinářům. Tiskový brifing proběhl přímo v expozici IKEA a zúčastnilo se ho celkem 24 novinářů z předních LF a bydlících titulů. Současně byly zrealizovány individuální rozhovory švédských designérů pro vybraná média (HN - Víkend, Respekt, elle.cz, idnes.cz). Následovalo setkání M. Nillsona a J. Jelinek se zaměstnanci IKEA v prostoru Czechdesign, jehož je IKEA partnerem, a setkání designérů se členy klubu IKEA FAMILY jako poděkování za jejich účast v projektu 3xR. Den uzavírala přednáška J. Jelinek pro širokou veřejnost v rámci expozice na Designbloku.

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

V přípravné fázi byl projekt projednáván a konzultován s Czechdesign, o.s.. Současně byla využita data z interního marketingového průzkumu IKEA zaměřeného na cílovou skupinu.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Strategický přístup byl aplikován pro koordinaci a propojení všech aktivit IKEA na Designbloku. Strategie zahrnovala jak plánování expozice, tak časovou koordinaci a specifikaci komunikačních aktivit určených jednotlivým cílovým skupinám – zaměstnancům, médiím, široké veřejnosti a členům IKEA FAMILY. Hlavní komunikační sdělení IKEA na Designbloku bylo „design patří do skutečných domovů“. Snahou tak bylo umožnit co nejvíce návštěvníkům se setkat s designéry, kteří navrhují nábytek v největší nábytkářské společnosti a přiblížit design široké veřejnosti. Zároveň bylo využito propojení aktivit s organizací Sdružení TEREZA, se kterou IKEA spolupracovala na projektu 3xR (Redukuj, renovuj, recykluj!). Expozice této NNO a projektu 3xR byla umístěna hned vedle IKEA, návštěvníci tedy přirozeně zhlédli obě na sebe navazující prezentace.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Expozice IKEA na Designbloku byla velmi úspěšná, což dokazuje i zvýšený zájem zákazníků o IKEA PS kolekci v podzimních měsících v obchodních domech IKEA. Výborné zpětné vazby se dostalo expozici od novinářů věnujících se bytovému zařízení a designu, potvrzením je i nominace expozice IKEA na Cenu šéfredaktorů Designblok. Celkem bylo v médiích publikováno 31 článků a bylo zrealizováno 5 profilových rozhovorů s designéry IKEA. Hodnota publicity v PR value činila více jak 2,5 mil Kč. Přednášek a setkání s designéry se zúčastnilo celkem 25 zájemců.

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