

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Původní cíl pomoci zvýšit povědomí o krmivech značky Fitmin a prezentovat superprémiová krmiva této značky byl naplněn prostřednictvím jedinečného a kreativního konceptu první (mobilní) restaurace pro psy Fitmin Pestaurace. Akce umožnila bezprostřední zážitek se značkou, generovala značný zájem veřejnosti, médií i uživatelů sociálních sítí. Koncept jak samotnou myšlenkou, tak i promyšleným způsobem realizace vhodně podporoval superprémiový charakter krmiva se superprémiovým způsobem servírování krmiva. Spojil značku Fitmin s první restaurací pro psy v České republice. Fitmin Pestaurace generovala v klasických českých médiích více než 30 výstupů, přes 100 výstupů v internetových médiích a portálech, vyvolala reakci i na zahraničních serverech. Videá a fotografie byly sdíleny na sociálních sítích s celou řadou pozitivních ohlasů. Realizace projektu se pozitivně odrazila i na výsledcích. Značka Fitmin se rozhodla dále využívat koncept mobilní Pestaurace i v rámci dalších propagačních aktivit.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Jednalo se o originální a v českých podmínkách dosud nerealizovaný koncept, což samo o sobě předpokládalo jak zvědavost veřejnosti (a médií), tak možnou opatrnost. Značka Fitmin byla relativně málo známou mezi chovateli psů. I z toho důvodu se dala očekávat jistá rezervovanost cílové skupiny. Nejasné bylo i vnímání značky mezi chovateli. Řada konkurenčních značek měla (s ohledem na stanovené cíle) značný náskok. Z hlediska mediální komunikace bylo i jistým rizikem otevření restaurace pro psy a kočky v Berlíně pár dní před představením Pestaurace. Zde se však jednalo o jiný koncept: luxusní kamennou restauraci, na kterou se snesla mimo jiné i vlna kritiky kvůli zbytečnému přepychu v souvislosti s hladovějícími dětmi. Nicméně i tak bylo potřeba být připraven jak na negativní reakce, tak na srovnávání obou restaurací z pohledu médií i veřejnosti.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Cíle projektu realizovaného pro značku Fitmin byly tři: 1. zvýšit povědomí o značce mezi majiteli psů, kteří krmí superprémiovým krmivem, a vyvolat jejich zájem; 2. prezentovat krmivo Fitmin jako vysoce kvalitní, superprémiové krmivo; 3. umožnit chovatelům zážitek se značkou a zkušenost s produkty. Místo klasického samplingu v parcích a generování publicity byla klientovi navržena myšlenka první psí restaurace v ČR – Fitmin Pestaurace. Kreativní myšlenka vytvořila potenciál pro zviditelnění značky (prostřednictvím akce, která do té doby neměla u nás obdoby) a odlišení se od konkurence, bezprostřední zážitek se značkou pro zákazníky, jakož i potenciál publicity i zájmu na internetu a sociálních sítích. Jako lokalitu eventu na představení projektu jsme zvolili exponovaný park na pražské Letné, tedy místo s přirozeným pohybem majitelů psů. Fitmin Pestauraci jsme koncipovali jako místo, ve kterém stráví páníček se psem příjemné chvílky jako zpestření procházky. Degustační menu, nabízející řadu laskomin od Dášenci kuřátka přes jehně Baskerville s rýží až po jehněčí demi glace, bylo ve Fitmin Pestauraci nabízeno zdarma. Psi své jídlo vybírají z jídelního lístku po čichu, resp. olíznutím speciálního menu, a podle toho šéfkuchař pozná, o který pokrm mají zájem. Vybavení Pestaurace je tvořeno celou řadou pelíšků, hraček, nízkých stolků až po příjemnou podkresovou hudbu pro psy. Pro majitele psů nabídla Fitmin Pestaurace jak prostor pro odpočinek, tak nealkoholický nápoj pro osvěžení.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Představení konceptu proběhlo v lednu 2014 v parku na pražské Letné. Tiskové konference (slavnostního představení) se zúčastnili novináři i se svými pejsky. Patronem konceptu se stala herečka Sandra Nováková se svou fenkou Bambulí. I díky tomuto kroku se nám podařilo obsadit luxusní life-style tituly. Po TK byla Pestaurace přístupná pro veřejnost. V průběhu roku 2014 bude mít veřejnost možnost navštívit Fitmin Pestauraci na odborných akcích a v parcích napříč celou republikou.

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

Fitmin zaznamenal celou řadu pozitivních ohlasů přímo od pejskařů v rámci slavnostního představení: celkem 112 návštěvníků během jediného dne. V klasických médiích jsme generovali více než 30 výstupů. Na internetu bylo zaznamenáno více než 100 výstupů. Uskutečněná akce vyvolala zájem i na zahraničních webových portálech. Fitmin ožil rovněž na sociálních sítích – sdílení fotek, komentáře, líky.