

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. Video 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:

Jako lokalitu eventu na představení projektu jsme zvolili exponovaný park na pražské Letné, tedy místo s přirozeným pohybem majitelů psů. 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. Fitmin Pestauraci jsme koncipovali jako místo, ve kterém stráví páníček se psem příjemné chvíle jako zpestření procházky. Degustační menu, nabízející řadu laskomin od Dášeničky 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. V průběhu roku 2014 bude mít veřejnost možnost navštívit Fitmin Pestauraci na odborných akcích a v parcích napříč celou republikou.

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

Primární cílovou skupinou byli majitelé psů žijící ve městech. Primární cílovou skupinou bylo zapotřebí oslovit přímo. Sekundární cílovou skupinou byla širší veřejnost. K jejímu oslovení byla zvolena komunikace prostřednictvím relevantních médií.

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.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

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.

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