
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Rekonstrukce roku!

Projekt byl navržen a proveden pro:

SAPELI, a.s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

FleishmanHillard

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Lenka Karlíková

Firma/organizace: FleishmanHillard

Stručné shrnutí projektu:

Co se vám vybaví ve spojitosti s interiérovým designem? Nábytek? Určitě. Barva stěn? Ano. Dveře? Ne? A právě to jsme chtěli změnit. Dveře jsou důležitou součástí každého prostoru a podceňování výběru není na pořádku dne. Pod záštitou Sapeli jsme uspořádali soutěž, která spojovala ty, kteří právě žijí jen a pouze rekonstrukcí. Co bylo cílem? Bavit, motivovat i edukovat. Oslovili jsme přes 1,5 milionu nadšenců, Sapeli na soutěž odborně dohlíželo, radilo a předávalo soutěžícím praktická řešení.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Chtěli jsme, aby se z dveří stalo jedno z hlavních témat. Sapeli má mezi svými zákazníky dobrou pověst, avšak mnozí si s ním nespojují exkluzivní servis, který nabízí. Cílem naší spolupráce bylo toto smýšlení změnit a ukázat, že pro komplexnost designového interiéru nestačí pouze objednat dveře z katalogu. Soutěž nám navíc poskytla 100% zasažení cílové skupiny, se kterou jsme prošli celým procesem proměny obydlí.

Strategie:

Chtěli jsme ukázat, že rekonstrukce nemusí být plná překážek a se správnými informacemi a kvalitními výrobky si ji může každý užít. A hlavně – soutěživost každý zážitek ještě umocní, proto jsme volili právě formu soutěže maximálně podpořenou na sociálních sítích. Jejím prostřednictvím jsme účastníky, ale i sledující provedli celým procesem výběru dveří – od online konfigurátoru, přes návštěvu showroomu s možností poradenství až po finální instalaci. Všechno bylo možné sledovat na IG a FB v „přímém přenosu“ a společně sbírat inspiraci.

Nástroje a aktivity

Soutěžící jsme oslovili tam, kde to funguje v současné době nejlépe – na Instagramu a Facebooku. Využily jsme i pravidelný newsletter a tematické články, které radily s výběrem dveří na klíč. A jak celý projekt ještě víc podpořit? Za nás videi na Youtube kanálu. Postup při výběru dveří, jak na online konfigurátor, zkratka všechny door tutorials a příběhy jednotlivých soutěžících na jednom místě. V neposlední řadě jsme dávali rady i přímo na web soutěže.

Výsledky:

Soutěžící si užili při rekonstrukci zábavu i finanční výhry, které ulehčily jejich rozpočtům. Sapeli rozšířilo své know-how mezi potenciální zákazníky a celková akce se dostala do popředí dění na sociálních sítích. Fanoušci na sítích nabrali inspiraci a přehled, jak vybrat interiérové dveře. Meziročně vzrostl počet přihlášených na dvojnásobek (402). Z mediálního pohledu měla Rekonstrukce roku více než 35milionový zásah. Počet fanoušků meziročně vzrostl na Facebooku o 114 % a na Instagramu o 165 %. A Sapeli se dařilo víc prodávat kvalitní interiérové dveře – obrat meziročně vzrostl o 5 %.

Weblinky:

<https://www.rekonstrukceroku.cz/>