
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

VESNICE MILIONÁŘOV

Projekt byl navržen a proveden pro:

SAZKA

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Sazka a Konektor Social

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Jan Čadil

Firma/organizace: Konektor Social

Stručné shrnutí projektu:

Vesnice Milionářů navazuje na úspěšné aktivity z 2018, kdy agentura vizualizovala všechny milionáře, které vytvořila Sazka za jeden rok. V kontrastu milionových výher může 275 vypadat jako nudné číslo, ale jde o velký dav. Na popud klienta jsme pak tuto myšlenku posunuli a postavili milionářskou vesnici. Společně jsme lidem vtipně ukázali, jak vypadá místo, kde má každý na účtu milion jeden, několik nebo miliardu. Co servírují v hospodě? A jak se jmenují zastávky BUS? I zlaté prase tam bylo!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Sazka za rok vygeneruje desítky milionářů. Sazka trvá na anonymitě výherců, což může u veřejnosti budit dojem, že nikdo nevyhrává. Právě tuto představu bourala netradiční expozice a to na místech, kde se pohybuje cílová skupina nejvíce – v obchodních centrech. Prvotní nápad ukázat jednotlivé výherce ve formě siluety se nám osvědčil a v roce 2019 jej Sazka posunula ještě dál – postavili jsme jim celou vesnici!

Strategie:

Alespoň jednou ročně si se Sazkou zahraje polovina dospělé populace. Jde o obyčejné Čechy z vesnic a menších měst, kteří dojíždějí do krajského města do OC nejen za nákupy, ale i za zážitkem. Těm jsme ukázali skutečné příběhy a skutečné množství nových milionářů. Sazka se snaží profilovat jako zábavní společnost a cílem přitom nebylo motivovat uživatele přímo k zakoupení produktů Sazky, ale ukázat, že je dobré snít. Právě splněné sny výherců byly součástí výstavy, stejně jako sen o tom, jak by vypadala milionářská vesnice, která má místo fontány zlaté prase. Doslova.

Nástroje a aktivity

Základem všeho byla netradiční putovní instalace ve „veřejném prostoru“, kterou si znučení návštěvníci obchodních center procházeli. Na siluetách byly příběhy milionářů, vyhrané částky i kraje, odkud jsou. Prostě tolik, aby byla zachována důvěra v Sazku ze strany výherců minulých i budoucích. Na domech s originálními ilustracemi od Woody Trojáka jsme pak vytvořili řadu detailů a skrytých vtipů. Abychom návštěvníky ještě více zatáhli do naší vesnice, motivovali jsme je soutěží o iPhone. Stačilo vyplnit dotazník, na jehož otázky naše expozice skýtala odpovědi.

Výsledky:

Obchodní centra jsou pro Sazku osvědčeným místem. Vesnici jsme postupně postavili na 4 místech a to v Mladé Boleslavi, Brně, Ostravě a Teplicích. V každém městě jsme si vytipovali vhodné OC a vesnici postavili na 14 dní. Za celou dobu kampaně náš Milionářův navštívil přes 700 tisíc návštěvníků, kteří vyplnili na 5 tisíc soutěžních dotazníků. Naše společná aktivita pobavila třetinu cílové skupiny s náklady 0,70 Kč na jednoho fanouška loterií. A to stojí i za to zlaté prase.

Weblinky:

<https://www.sazka.cz/sazka-svet/blog/inspirujte-se-na-vystave-pribehy-ceskym-loternich>,
<https://www.sportkadnes.cz/zavitejte-do-mlade-boleslavi-na-vystavu-milionarov-a-vyhrajte-iphone/>