
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Projekt Kamilka

Projekt byl navržen a proveden pro:

Kofola ČeskoSlovensko

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Kofola ČeskoSlovensko ve spolupráci s 1st CLASS AGENCY

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná 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: Jana Ptačinská Jirátová

Firma/organizace: Kofola ČeskoSlovensko

Stručné shrnutí projektu:

Kofola ČeskoSlovensko se dlouhodobě drží své mise: milovat, žít zdravě a stále hledat nové cesty. Loni se rozhodla posilnit povědomí zaměstnanců, ale i spotřebitelů o dlouhodobých vizích. Přišla s originálním Projektem Kamilka, který zahrnoval komplexní komunikační mix a zapojil do autentického příběhu bylinek nejen zaměstnance, lokální obyvatele, ale oslovil i velkou skupinu spotřebitelů. Díky tomu se na pulty dostala limitovaná novinka Rajec Heřmánek z bylin vypěstovaných v Rajecké dolině.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V Kofole už delší čas klíčila myšlenka pěstovat si vlastní bylinky. Díky akvizici tradičního výrobce bylinných čajů LEROS jsme k tomu konečně získali správné kompetence. Díky tomu jsme mohli přetavit naše sny v realitu... Jednou z velkých výzev projektu bylo rozhodnutí odstartovat komunikaci produktové novinky ve fázi, kdy ještě nebyla vyrobená a jejíž úspěch závisel nejen na timingu, výši budgetu, ale hlavně na rozmarech přírody a počasí.

Strategie:

Zapojit do netradičního projektu zaměstnance napříč „ČeskoSlovenskem“ se podařilo díky intenzivní interní komunikaci a využitím všech kanálů IK. V externí komunikaci jsme navázali na dlouhodobou komunikaci značky Rajec a představili autentický příběh unikátního produktu z lokálních bylin. Heřmánek z Rajecké doliny, ale i příběh naší bylinkářky Kamily, poskytly výbornou příležitost pro odprezentování novinky médiím, ale i k vyvolání očekávání u spotřebitelů.

Nástroje a aktivity

Projekt Kamilka se stal jedním z klíčových komunikačních projektů Kofoly v roce 2019. Všichni jsme doslova žili bylinkami. Součástí nástrojů interní komunikace se staly: intranet, nástěnky, tzv. WC rámečky, LCD obrazovky či interní časopis KofoMagazín. Využili jsme oznamy, soutěže, výzvy, ankety, vyráběli jsme videa, fotky, reportáže. Velmi důležitým článkem Projektu Kamilka bylo i osobní zapojení zaměstnanců do procesu výroby, resp. do pěstování a sběru heřmánku.

Externí komunikaci plánované novinky jsme rozdělili na 3 etapy:

- červenec/srpen – představení Projektu Kamilka – Kofola a Rajec s LEROSem se pustili do pěstování vlastních bylinek
- září – představení heřmánku, krále mezi bylinkami
- září/říjen – představení limitované edice Rajec Heřmánek

V rámci PR mixu vznikaly exkluzivní rozhovory, produktové a korporátní tiskové zprávy, realizovali jsme i kreativní doručení či partnerství. Informace o heřmánku připravené ve spolupráci s odborníci na bylinky z LEROS se staly i součástí media a online komunikace na www.projektkamilka.com a na FB značka Rajec.

Výsledky:

Za 8 měsíců PR aktivit Projektu Kamilka jsme dosáhli:

- pochopení a sžití se s korporátními hodnotami, misí a vizí ze strany zaměstnanců
- očekávání zákazníků, kteří se už od začátku komunikace doptávali po dostupnosti limitky
- ambasadorskou základnu nejen ze zaměstnanců, ale i zákazníků
- výstupy ve 22 médiích s kýženou message, zásahem 2,5 mil. a AVE 90 tis. €
- díky Projektu Kamilka došlo k výraznému nárůstu publicity společnosti Kofola na Slovensku – Kofola měla největší počet PR výstupů mezi svými konkurenty.

Weblinky:

www.projektkamilka.com