
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Moon 50: Zpátky na Měsíc

Projekt byl navržen a proveden pro:

MVP events

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Communication Lab, s.r.o. , PIART, Slash Public Relations, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

Řízení kampaní:

V.1 Vyhodnocení kampaně

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: Michaela Studená

Firma/organizace: Communication Lab, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Moon 50: Zpátky na Měsíc byla akce, kterou vymyslelo a zorganizovalo několik nadšenců. Připomněla výročí 50 let od přistání prvního člověka na Měsíci, a to prostřednictvím autorského videomappingu na Žižkovskou věž v Praze, která tvarem i proporcemi připomíná raketu Saturn V. Zde během víkendu 20. a 21.7.2019 proběhlo simulované "odstartování" rakety a doprovodný program. Kampaň akcentovala zároveň i českou stopu ve Vesmíru. Pražský happening byl ojedinělou akcí, a to i v celosvětovém měřítku.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání: Seznámit širokou veřejnost s výročí 50 let od vstupu člověka na Měsíc

Cíle: Dostat na Žižkov k oslavám výročí minimálně 4 000 lidí a seznámit tak obchodní partnery se společností MVP events jakožto pořadatele velkých akcí.

Cílové skupiny: Lidé žijící v Praze a okolí, široká veřejnost jakéhokoli věku a oslovení partnerů pro akci.

Strategie:

Prostřednictvím videomappingu na Žižkovskou věž informovat o unikátní události světových moderních dějin.

Prostřednictvím médií, sociálních sítí a endorsementu z řad zajímavých osobností (novinář, který jako první Čech popsal přistání člověka na Měsíci – Karel Pacner, architekt Žižkovské věže – Václav Aulický, Jan Lukačevič, Jan Spratek či a především zdravotník od astronauta Andrew Feustela, který vzal do vesmíru Nerudovy písně kosmické aj.) informovat o akci.

Nástroje a aktivity

Na akci spolupracovalo několik osobností z řad marketingu a produkce. Tým vznikl jednorázově za účelem realizace akce, musel se tedy během krátkého času seznámit, perfektně sladit, potlačit ega a fungovat.

Jako hlavní nástroj jsme vybrali one-to-one komunikaci s médii a tiskové zprávy. Dále sociální sítě, kde jsme využili community management a publikovali nejen informace týkající se eventu, ale též zajímavosti, obrazový materiál z historie a "špeky", které byly natolik zajímavé, že je přebírala další média. Ze sociálních sítí jsme využili především – Facebook a dále Twitter a Instagram (okrajově).

Výsledky:

Aktivní začátek komunikace: 21.6.2019. Celou akci se tedy podařilo připravit a zrealizovat za pouhé 4 týdny.

Za pomoci sociálních médií a PR se na místo povedlo pozvat více než 8 000 účastníků, další fanoušci sledovali akci v přímém přenosu i ze záznamu v médiích (ČT, NOVA TV, PRIMA, IDNES.cz) a na sociálních sítích (přes 5 tis. sledujících fanoušků na Stránce Moon 50).

Skoro 200 výstupů se objevilo v téměř všech mainstreamových médiích (TV, tisk a online).

Na FB: téměř 8 000 lidí projevílo o Událost zájem.

Akce se dostala i do výběru Opráskí sčeskí historje (114 tisíc fanoušků na Facebooku), do Honest Guide (114 tisíc fanoušků na FCB, 62 tisíc shlédnutí na Youtube) ad.

Aktivní zapojení fanoušků s minimálním promováním příspěvků (10 000 Kč na promo celkem) – 1500 fanoušků – dosah některých příspěvků přes 20 000.

Weblinky:

www.moon50.cz, https://vimeo.com/351364157?fbclid=IwAR1lw-xqOxs8xoUJOELd7FdF_r6QCQCVLwQ67sQS0ai7AFi6OoQ0NEdl6lg,
<https://www.facebook.com/events/385555258752006/>, <https://www.facebook.com/zpatkyNaMesic/>