
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Finále Hry o trůny – jak jsme přivedli Noční krále k životu

Projekt byl navržen a proveden pro:

HBO Czech Republic

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Konektor Social

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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: Konektro Social

Stručné shrnutí projektu:

U příležitosti uvedení poslední řady seriálu čekala Západozemí ze Hry o trůny poslední bitva a stejně tak i kanály HBO a HBO GO. Díky chytrému využití veřejného prostoru, přímého televizního přenosu a práci s lokálním kontextem jsme ukázali Čechům, jednom z největších internetových pirátů na světě, že se za kvalitní televizní pořady platí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Osmá řada seriálu Hra o trůny nepotřebovala kampaň na zvýšení povědomí. Diváci ale nemají show spojenou se značkou HBO a kanály se také potýkají s jedním z vůbec největším zájmem pirátů. Cílem tak bylo propojit obě značky a platformám přinést nové předplatitele.

Strategie:

Kampaň probíhala v několika fázích. Nejprve jsme spustili virální kampaň, pro kterou jsme si vybrali poměrně turbulentní období před volbami do Evropského parlamentu. Následovala velkoformátová instalace, která chytře propojila prvky seriálu z československou historií. Stejně jako u nás v roce 1989, i ve Hře o trůny šlo především o boj slabších se silnějšími i o válku proti nespravedlnosti. spolu s československou historií, tedy bojem za svobodu v roce 1989. Poslední fáze se týkala získávání diváků a předplatitelů. Herci v kostýmech obyvatel Západozemí vyšli do ulic stejně jako redakcí deníků a Čechy verbovali do Noční hlídky. Nábor vyvrcholil na zápase fotbalové Sparty a Slavie, jedné z vůbec nejsledovanějších sportovních událostí v zemi.

Nástroje a aktivity

Paralelu s rokem 1989 jsme dostali už do první fáze kampaně. Na strategických místech jako ministerstva, úřady i Pražský hrad jsme umístili slogan „Vaše vláda končí 15. dubna“ formou aqua ads, kterým jsme vzbudili zájem a zvědavost s přímým odkazem na premiéru seriálu. Následovala obří instalace s videomappingem. Prostřednictvím „neviditelného“ plátna 8 x 18 m na Stalinu jsme ukázali milionům Pražanů i turistů, že Noční král dorazil i se svou armádou. Videosmyčka dala do kontextu slogan kampaně se značkami HBO a HBO GO. V závěrečné fázi začala Noční hlídka verbovat nové členy. Herci v kostýmech obyvatel Westeros zamířili mimo jiné do přímého přenosu zápasu Sparty se Slavií, jedné z nejsledovanějších sportovních událostí v zemi.

Výsledky:

Kampaň zasáhla miliony Pražanů i turistů a přísná KPIs pro nové předplatitele jsme překonali o 31 %. Platforma patnáctinásobný meziroční růst uživatelů.

Weblinky:

<https://drive.google.com/open?id=0By-V-6cbU3BZR25VcmREU1hwOV05MVBPRFdBdDFybVJGZTRR>,
<https://drive.google.com/open?id=1e15vd2xwpM5bikyZfQd08r7SL4TygaiH>