

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Experiment Prvok

Projekt byl navržen a proveden pro:

Stavební spořitelna České spořitelny, Buřinka

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace, I.4 Business-to-Consumer, I.7 Media relations, I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

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: Tereza Syslová

Firma/organizace: AMI Communications

**Stručné shrnutí projektu:**

Buřinka, která poskytuje konzervativní, regulované a tradiční služby "stavebka", chtěla nastartovat komunikaci a profilovat se jako inovátor, aniž by měla možnost inovovat produkt stavebního spoření. Za půl roku jsme vytiskli první český 3D tištěný plovoucí dům z betonu. Experimentem jsme ukázali, že 3D tisk může pružně reagovat na aktuální problémy ve stavebnictví. Prvok rezonoval s 500 výstupy celosvětově, změnil vnímání u 40 % Čechů a posílil image Buřinky jako inovativní.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Trh stavebního spoření v ČR je považován za strnulý. Stavební spořitelna Buřinka chtěla nakopnout komunikaci a odlišit se od šedi konkurenčních spořitel. Poptávka po stavebním spoření je přímo ovlivněna vírou v možnost pořídit si vlastní bydlení (problém vysokých cen), ta je omezena vážnými problémy stavebnictví.

Cílem bylo vyvolat diskuzi o budoucnosti bydlení v ČR. Buřinku profilovat jako inovativní, bez možnosti měnit produkt (regulován zákonem, složité). V těžké době podpořit identifikaci s brandem a pozitivní téma.

**Strategie:**

1. Spojit se s nejmodernější technologií, která může odpovědět na krizi ve stavebnictví.
2. Propojit dvě vzdálené entity - konzervativní spořitelnu a umělce, který chce vytisknout první český 3D tištěný dům, Prvoka. Udělat z Prvoka exhibici možností a hybatele.
3. Kvůli Covid-19 urychlit experiment. 3D tisk je jedna z možných cest k pokrizovému růstu. Buřinka je akcelerátor, bez kterého by Prvok zůstal jen uměleckým nákresem.

**Nástroje a aktivity**

- Identita Prvoka - Motion logo inspirované organickým světem, vizualizace od Jana I. Říhy, Prvok = rychlost, šetrnost, soběstačnost, bezodpadovost, celoroční obyvatelnost, plovoucí;
- Akce (+ online a media komunik. před a po) - 1. úvodní streamovaná TK, 2. exkluzivní akce pro novináře k tisku domu (+ panelová diskuze), 3. křest domu pro média, 4. odhalení pro veřejnost na „Střeláku“ (celodenní festival pro rodiny) a otevření galerie na pražské náplavce;
- Spolupráce se třetími stranami - Studie proveditelnosti od ekonoma, účast profesionálů ze stavebnictví, 3D tisku, univerzit a MPO;
- Online - web, FB a IG profil @Prvokodburinky;
- Media relations - distribuce 4 vln tiskových materiálů (+ video a foto);
- Merch - 3D tištěné modely Prvoka z recyklátu, eko bloky, tašky, trička;
- Natáčení „TV“ dokumentu pro 2021 - příběh a klíčové momenty z tisku.

**Výsledky:**

Projekt bez reklamní podpory zaznamenal 40 % Čechů (repre. výzkum KANTARu ze září).

1/4 vnímá podporu projektu jako důkaz inovativnosti Buřinky, 65 % jej hodnotí pozitivně.

Loni Buřinka po dlouhé době neměla produktovou reklamu, a přesto zaznamenala nejúspěšnější rok v žádostech o úvěry a spoření.

504 výstupů v ČR i zahraničí, 100% pozitivní, v 55 zemích na všech světadílech. Kumul. reach v ČR: 55 000 000, svět: 478 000 000.

Skládací Prvok v ABC.

Zvýšení loajality a hrdosti zaměstnanců - tisk navštívilo 80 zaměstnanců, odhalení 200 (100 %).

Základy asociace 3D tisku betonem.

Nastartování diskuze - 100 000 komentářů a reakcí na IG a FB.

Zájem o propagaci 3D tisku od VŠ a firem (cca 30)

**Weblinky:**

<https://www.prvokodburinky.cz/>, <https://www.youtube.com/watch?v=5CrW00-gG-8>