
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ambasadorem fitness v čase korony

Projekt byl navržen a proveden pro:

MultiSport Benefit

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Native PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.7 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: Jana Bartáková

Firma/organizace: Native PR

Stručné shrnutí projektu:

Poskytovatel pohybových a relaxačních benefitů MultiSport přišel ze dne na den o 100 % tržeb. Zadání: jak situaci komunikačně ustát. Stanovili jsme 3 cíle: apelovat na vládu, že je situace pro fitness likvidační a je třeba brzy otevřít, morálně podporovat téměř 2000 partnerských fitness zařízení a apelovat na firmy i zaměstnance, aby nerezignovali na předplacené fitness aktivity. Výsledkem je meziroční nárůst medializace značky o 62 % a upevnění pozice ambasadora fitness pro zaměstnance.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Přestože karty MultiSport patřily mezi nejoblíbenější zaměstnanecký benefit, společnost musela ze dne na den změnit podnikatelské cíle a přizpůsobit se uzavření všech sportovišť. Nutnost reagovat na situaci byla hlavním zadáním. Cílem PR komunikace bylo upozornit vládu na ohrožení celého sektoru s dopadem na psychické i fyzické zdraví populace, morální podpora fitness zařízení, která se rázem ocitla v existenčním ohrožení, ale také apel na firmy a zaměstnance, aby nerezignovali a fitness karty nerušili.

Strategie:

Rychle jsme si uvědomili, že krize, která negativně dopadla na byznys MultiSport, je z PR pohledu příležitostí, jak prokázat charakter a posílit značku vůči všem skupinám. Stanovili jsme výše specifikované komunikační pozice vůči uvedeným skupinám a v rámci rychle se měnící situace jsme využívali média, sociální sítě i přímou komunikaci k šíření našich sdělení. Žádoucí vyznění: „jsme tady, můžete se na nás spolehnout a až to pomine, jedeme dál“. Důležitým „podkladovým aktivem“ strategie byl instantní průzkum, generovaný díky dobře organizované komunikaci MultiSport s klienty a partnery.

Nástroje a aktivity

Hodinu po oznámení „lockdownu“ 12. 3. MultiSport rozeslal klientům informaci o pozastavení karet. Byl ustaven krizový štáb. Příslušný tým začal neprodleně navolávat partnerská fitness zařízení s dotazy na dopad situace.

Už 27. 3. jsme zaslali otevřený dopis vládě upozorňující na likvidaci sektoru. To bylo impulzem pro návazné aktivity dalších organizací. Zprostředkovali jsme zahraniční zkušenosti, jaká hygienická opatření zavést pro možnost znovuotevření. Na jaře 2020 se MultiSport stal klíčovým hlasem fitness sektoru. Komunikace prostřednictvím všech kanálů, pravidelné vystupování představitelů firmy v médiích.

MultiSport nabídl klientům on-line cvičení. S blížícím se otevřením přesun těžiště k motivaci lidí k návratu na sportoviště. Pozice ambasadora fitness umožnila využít prostor, který Seznam nabídl za 10 % nominální hodnoty firmám postiženým krizí: sektorová kampaň „Znovu v pohybu“.

Tento model komunikace jsme zopakovali i při podzimním „lockdownu“ a s jeho přechodem na dobu neurčitou dále bojujeme za návrat k pohybovým aktivitám, které mají zásadní vliv na fyzické i duševní zdraví lidí.

Výsledky:

Za rok 2020 měl MultiSport 332 mediálních výstupů se zásahem přes 47 milionů (meziroční nárůst o 62 %). I přes destrukci fitness sektoru se na MultiSport obrátila řada nových partnerů (nárůst sítě o 8 %). Dle průzkumu také 97 % klientů vyjádřilo spokojenost s komunikací během krize.

Weblinky:

<https://znovuvpohybu.cz/>