

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

To chce koule!

Projekt byl navržen a proveden pro:

IKEA Česká republika

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

IKEA Česká republika

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

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: Marek Vomočil

Firma/organizace: IKEA CZHUSK

**Stručné shrnutí projektu:**

Kampaň k uvedení nových bezmasých kuliček IKEA na český trh jsme odstartovali eventem v pražské Radlické kulturní sportovní 29. července 2020. Na exkluzivní akci 3 dny před oficiálním prodejem v ČR se sešlo zhruba 50 lidí z řad novinářů, food influencerů, stakeholderů. U nového produktu jsme se zaměřili na jeho trvalou udržitelnost a chuť, která zaujme kromě veganů/vegetariánů i milovníky masa. Za prvních 5 týdnů kampaně dosáhl prodejní index oproti plánovanému cíli výjimečných 325 %.

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

Pozvali jsme vybrané novináře, kteří se věnují lifestyleovým tématům, jídlu a také udržitelnosti. Zároveň jsme pozvali i vybrané influencersy, a to jak vegetariány a vegany, tak i milovníky masa. Nechyběli ani vybraní stakeholderi IKEA. Hostům jsme dali možnost ochutnat nový produkt exkluzivně jako prvním v Česku. Mohli tak posoudit, zda bezmasé kuličky chutnají stejně dobře jako ikonické masové, což byla jedna z hlavních komunikačních linek celé kampaně „To chce koule“.

**Strategie:**

- 1) Komunikovat trvalou udržitelnost nového produktu, s čímž souvisel i výběr místa pro event – stará nádražní budova zachráněná přes zbourání a přetvořena na stylovou relaxační zónu na nečekaném místě. Kompletní vybavení nábytkem a doplňky IKEA na letní sezónu.
- 2) Exkluzivita před uvedením do oficiálního prodeje.
- 3) Vy rozdíl nepoznáte, planeta ano – důraz na nižší klimatickou stopu; nové bezmasé kuličky mohou zaujmout nejen vegetariány, ale i milovníky masa, protože chutnají totiž stejně dobře.
- 4) Slepá ochutnávka bezmasých a masových kuliček s občerstvením z food trucku, který po eventu zůstal na místě dalších 14 dní a podpořil přímý prodej.
- 5) Spolupráce s Českou veganskou společností – expertní názor třetí strany.

**Nástroje a aktivity**

- 1) Ochutnávka, při které hosté dostali masovou a novou bezmasou kuličku, a měli určit, která je která. Publikum jsme interaktivně zapojili hlasováním přes mobilní telefony na platformě Mentimeter.
- 2) Tipování základních surovin v nové bezmasé kuličce.
- 3) Zapojení třetí strany – zástupce České veganské společnosti prezentoval aktuální trendy ve stravování a benefity, které bezmasá strava přináší.
- 4) Program zakončil neformální oběd, při kterém jsme hostům servirovali z přistaveného food trucku nové bezmasé kuličky v různých úpravách.
- 5) Press a influencer kit obsahoval oficiální tiskové informace

**Výsledky:**

Eventu se zúčastnilo cca 50 lidí z řad novinářů, influencerů a stakeholderů. Přes 60 bezmasých příběhů v médiích s kumulovaným reachem 23 237 096 (např. Forbes.cz, Reflex.cz, Refresher.cz) . Na sociálních sítích se o eventu zmínilo 15 influencerů (např. A Cup of Style, Johny Machette, Zachy, Jdeme žrát, Surová dcerka, Michaela Maurerová) a tyto příspěvky měly organický dosah přes půl milionu. Během prvního měsíce po uvedení bezmasých kuliček na český trh byla téměř každá šestá kulička prodaná v naší restauraci bezmasá, v obchůdkách se švédskými potravinami každá druhá. Za prvních 5 týdnů kampaně dosáhl prodejní index oproti plánovanému cíli výjimečných 325 %.

**Weblinky:**

<https://forbes.cz/masove-kulicky-bez-masa-ikea-predstavila-vlastni-alternativu-masa/>,  
<https://www.czechcrunch.cz/2020/10/cesi-na-udrzitelnejsi-stravovani-slysi-bezmase-kulicky-i-hot-dogy-jsou-teprve-zacatek-rika-manazer-ikea-food-pro-cesko/>,  
<https://www.mediar.cz/ikea-uvadi-na-trh-bezmase-kulicky-jako-alternativu-k-ikonickym-masovym/>,  
<https://youtu.be/Q-hKvYmh7b4>,  
<https://mab.to/yhpQOfGh>