

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

IKEA šije s vámi

Projekt byl navržen a proveden pro:

IKEA Retail Česká republika

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

Komunikační nástroje:

III.10 Digital & social media – spolupráce s influencery

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: Václav Rambousek

Firma/organizace: Ogilvy

#### Stručné shrnutí projektu:

Je březen 2020 a všichni žijí amatérskou výzvou „Šije celá země“, v rámci které vznikají roušky pro potřebné v první linii boje s nálezou covid-19. Dobrovolníků je překvapivě dost, a to i mezi slavnými osobnostmi. Jen látek ze 100% bavlny je už méně. Co s tím? Obchodní domy IKEA jsou zavřené... ale na skladech jsou role s látkami a IKEA chce pomáhat! Od nápadu, schválení s klientem přes shánění kontaktů na přední české celebrity a influencery až po rozvoz látek přitom neuběhne ani 8 hodin.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vlna solidarity na začátku pandemie překvapila každého – bohužel také galanterie, před kterými se stály dlouhé fronty a látky se najednou staly nedostatkovým zbožím. Zbožím, které ale IKEA měla na skladě a byla připravená se o něj podělit. Rozhodla se proto věnovat tisíce metrů látek organizacím, které šily roušky ve velkém. V rámci PR podpory jsme se zaměřili na pomáhající influencery, kteří jsou schopni reagovat bezprostředně. Naším cílem bylo reálně pomoci s řešením akutní potřeby ve společnosti, přidat se k rouškové osvětě a pozitivním příkladem ukázat, že IKEA je silná značka, která dokáže reagovat na společenské dění právě teď.

#### Strategie:

Covid sice přerušil řadu PR aktivit, ale komunikace značky by neměla být založená jen na dlouhodobě plánovaných kampaních. Aby značka v dnešní době obstála a byla platnou součástí společnosti, měla by reagovat i na to, co se děje tady a teď v případě, že se k tomu může relevantně vztáhnout. Udělali jsme si důkladnou rešerši na sociálních sítích a vytipovali jsme 10 větších i menších influencerů – od známých celebrit až po módní návrháře nebo maminky na mateřské dovolené. Všechny spojovalo jediné. Trávili dny i noci šitím látkových roušek. Potom vše nabralo rychlý spád.

#### Nástroje a aktivity

Influencery jsme bezprostředně po nápadu oslovili, ocenili jejich obdivuhodné nasazení a nabídli jim pomocnou ruku, protože jsme v tom všichni společně a #IKEAsijesvami. Společně s týmem IKEA jsme pro ně připravili speciální „rouškový kit“, ve kterém našli 100% bavlněné látky, nůžky, tkalouny a sadu nití. V mezičase, kdy nám od influencerů přicházely zprávy s adresami pro doručení, jsme v IKEA vyzvedli připravené balíčky a celý Ogilvy tým začal okamžitě s jejich rozvozem po Praze a okolí.

#### Výsledky:

Během jediného pracovního dne jsme rozvezli 140 m látky například Lucii Bílé, Dagmar Havlové a její nadaci Vize 97, návrháři a účastníkovi soutěže MasterChef Pavlu Berkymu nebo influencerovi Zachymu. Všichni naši iniciativu přivítali s nadšením a na svých sociálních sítích, které dohromady sleduje 1 035 533 lidí, ji ocenili několika spontánními příspěvky. Děkovali v nich IKEA nejen za pomoc s dodáním materiálu, ale také za vyjádření podpory iniciativě #rouškovsem. Lucii Bílou zásilka látek v její oblíbené černé a bílé barvě natolik potěšila, že se s nimi vyfotila i pro IG post. Ostatní v průběhu dalších dní ukazovali hotové roušky, které putovaly nejčastěji do nemocnic.