
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Heffron: vzkaz na lahvi od československých legionářů

Projekt byl navržen a proveden pro:

Palírna U Zeleného stromu

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ADison

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

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: Hana Křenková

Firma/organizace: ADison

Stručné shrnutí projektu:

Rum Heffron společně s Československou obcí legionářskou oslavil 100. výročí návratu legionářů do vlasti. Vzájemné propojení pomohlo odvyprávět jak příběh nového rumu, tak i význam legionářů pro českou svobodu, a to při zachování maximální historické přesnosti. Zvolená komunikace měla pozitivní vliv na prodej. Limitovaná edice lahví se prodala během 3 hodin.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Rum Heffron uvedla Palírna U Zeleného stromu na trh na přelomu roku 2019/2020. Název odkazuje na jméno poslední lodi, na které se do Československa legionáři vraceli. Nový produkt vznikl v návaznosti na stoupající zájem Čechů o kvalitní třtinové rumy. Cílovou skupinou je dospělá populace, primárně muži střední třídy.

Cílem kampaně bylo vytvořit si s novou značkou vztah a vnímat ji ve spojení hodnot výrobce Palírny U Zeleného stromu – tradice, českost, kvalita.

Strategie:

Využili jsme 100. výročí návratu československých legionářů do vlasti a rozhodli se přitáhnout pozornost k novému rumu prostřednictvím příběhů českých a slovenských legionářů. Spojili jsme se s Československou obcí legionářskou, jejíž aktivity jsme se rozhodli komunikačně podpořit. Hlavním komunikačním kanálem se pro nás staly samotné lahve rumu, na kterých jsme odvyprávěli celkem 12 příběhů legionářů. Jednotlivé příběhy jsme poté propojili dohromady v rámci komunikace na dalších kanálech – jak mediálních, tak prostřednictvím partnerů.

Nástroje a aktivity

Příběhy legionářů a limitovanou edici lahví jsme komunikovali jak v tradičních, primárně lifestyle, médiích, tak i na sociálních sítích značky. Pro získání pozornosti i mimo naše klasické kanály komunikace jsme se spojili s e-shopem Alza.cz, kterému jsme dali exkluzivitu na prodej limitované kolekce lahví výměnou za silnou komunikační podporu na jejich vlastních kanálech. Všechny příběhy jsme zároveň propojili na stránce Seznam Native. Od Československé obce legionářské jsme na oplátku získali prezentaci našich produktů v prostorách jejich Legiovlaku, který v letních měsících objíždí celou ČR, a limitovaná edice se stala součástí expozice jejich muzea.

Výsledky:

Kampaní jsme především díky online komunikaci a spolupráci se Seznam.cz dosáhli přes 15 milionu impresí a oslovili jí značnou část cílové skupiny. Limitovaná edice na Alza.cz vzbudila tak velký zájem, že se jedna z variant lahví vyprodala během 3 hodin. Dosáhli jsme 15 mediálních vystupů.

Weblinky:

<https://native.seznamzpravy.cz/davno-zapomenuta-cesta-za-svobodu/>, <https://www.rumheffron.cz>