

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Fenomén PlayStation 5

Projekt byl navržen a proveden pro:

Sony Europe B.V.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PR.Konektor

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

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: Rostislav Stary

Firma/organizace: PR.Konektor

#### Stručné shrnutí projektu:

Herní událost roku, revoluce v gamingu, konzole nové generace. Podobná označení provázela uvedení PS5, kterou jsme na podzim úspěšně launchovali v obou zemích. Hlavním úkolem pro nás bylo udržet pozornost veřejnosti a médií co nejdéle a oslovit i nehráče. To se díky strategickému plánování jednotlivých fází komunikace a zapojením podcastů i známých osobností povedlo. Výsledkem byly tisíce mediálních výstupů a milionové zásahy na kanálech influencerů.

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

Zadáním bylo najít vhodnou strategii a kanály pro launch této dlouho očekávané konzole. Odprezentovat uvedení PS5 nejen u herních fanoušků, ale oslovit také širokou veřejnost, která se běžně o herní průmysl a konzole nezajímá. Naplánovat jednotlivé komunikační fáze tak, abychom v průběhu několika měsíců oslovili prostřednictvím zvolených kanálů co největší část populace v obou zemích, a to jak před launchem, tak i po uvedení konzole.

#### Strategie:

Hráči a herní média se uvedení nové konzole věnovali během celého loňského roku. Bylo tak jasné, že se téma v tomto prostředí odkomunikuje téměř samo. O to důležitější bylo věnovat pozornost obrovskému zájmu těchto médií a v souvislosti s komunikačním plánem a embargům na jednotlivé novinky zabezpečit, aby se konkrétní informace dostaly ke všem novinářům v tu pravou chvíli. Pro mainstreamová média bylo nutné najít specifická témata a formy jejich zpracování tak, aby byla schopna oslovit i neherní veřejnost. Proto jsme se rozhodli zaměřit pozornost také na další nástroje a kanály, které pomohly doplnit klasickou komunikaci formou tiskových zpráv a článků. To vše pro zvýšení povědomí o tom, že přichází PlayStation 5, a pro podporu předobjednávek této konzole.

#### Nástroje a aktivity

Od zářijového oznámení data uvedení konzole formou globálního live streamu a lokální tiskové zprávy se i díky dalším komunikačním aktivitám neustále zvyšoval zájem médií. Bylo nutné promptně reagovat na obrovské množství dotazů od redaktorů a individuálně řešit každý z nich. Vytvořili jsme systém zápůjček těchto nových konzolí pro vybraná klíčová média, která si tak mohla konzoli vyzkoušet, což podpořilo mediální zásah i mimo herní média. V komunikaci s neherní veřejností jsme vsadili na stále rostoucí fenomén podcastů a spolu s U Kulatého Stolu a Startitup.sk připravili několik rozhovorů s inspirativními hosty, kteří popisovali svůj životní příběh v duchu hlavního claimu PS5: „Play has no limits“. Oslovit další cílové skupiny pomohli vybraní influenceri, kteří uvedení nového PlayStationu komunikovali na svých kanálech a mohli tak svým fanouškům přiblížit vybrané aspekty této konzole.

#### Výsledky:

V období od září do prosince se PlayStation 5 objevil ve více než 4 tisících zmínkách v českých a slovenských médiích. O této konzoli informovala nejen herní, ale i lifestyleová a zpravodajská média, další stovky výstupů následovaly na začátku letošního roku. Na sociálních sítích našich vybraných 12 českých a slovenských influencerů měl obsah s PlayStation 5 tématikou dosah přes 6 milionů uživatelů.