
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

McDonald's: Hudbou spolu

Projekt byl navržen a proveden pro:

McDonald's Česká republika

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MSL Czech Republic

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

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: Veronika Schieblová

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

II. vlna pandemie. Solidaritu střídá nuda a semknutost národa deprese. McDonald's připravil projekt #hodbouspolu s cílem posílit vztah s klíčovou skupinou zákazníků (rodinami) a přinést jí trochu radosti v složité době. Během 5 týdnů natočilo 38 umělců 15 dětských písniček. Díky cílené mediální komunikaci jsme dosáhli 57 výstupů, získali reportáž na CNN Prima News, přesvědčili Rádio Junior k vysílání písni a inspirovali Českou televizi k fenomenálnímu koncertu na ČT art.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Je stále těžší být šťastný, užívat si maličkosti, odpočívat. Významným tématem pro rodiny je zabavení dětí, které musejí být stále doma. Psychický stav dospělých i dětí se zhoršuje. McDonald's chtěl proto přinést radost celé rodině. Projekt měl podpořit i nadační fond Dům Ronalda McDonalda, co spojuje rodiny dohromady ve chvíli, kdy jsou děti dlouhodobě nemocné, leží v pražském Motole a rodiče si nemohou dovolit být jim na blízku. Zároveň jsme vnímali, že i muzikanti potřebují pomoc, nemají možnost pracovat.

Strategie:

Co to všechno spojuje? Hudba! Je součástí našich životů, naší rodiny, přináší nám radost. Hudba je to, co muzikanty živí. Zjistili jsme navíc, že u nás téměř není kvalitní dětská hudba. Proto se McDonald's spojil s organizátory festivalu United Islands. Cílem bylo sestavit tým kvalitních hudebníků a producentů, co jsou zároveň zajímaví pro média. Tak se měla informace o albu dostat do zpravodajství a lifestyle, ale také do hudebních rubrik, což u dětské hudby není pravidlem.

Nástroje a aktivity

Od nápadu k realizaci celého projektu to byl jen měsíc. Brzy byl hotový seznam 38 hudebníků, kteří se do projektu zapojili (např. Jiří Macháček, Robert Nebřenský, Monika Načeva, Karel Holas a František Černý aj.). Na album Hudbou spolu bylo vybráno 15 písní. Ke komunikaci vznikla webová stránka. Kompletní playlist je na YouTube-včetně videí, co vznikla během nahrávání. Hudbou spolu je na Spotify, YouTube Music, Apple Music. Podporu poskytl FB United Islands. Komunikaci alba, ale také nadačního fondu podpořili i influenceři. Využili jsme mediálních partnerství - Evropa 2, Frekvence 1, Žena.in.cz a Rádio Junior. Připravili jsme dva mikroeventy pro média - poslech alba v nahrávacím studiu a venkovní křest alba. Komunikaci jsme směřovali na kulturní média, denní tisk, lifestyle, marketingová média, TV a rádio.

Výsledky:

O Hudbou spolu vyšlo 57 výstupů napříč různými mediatypy, celkový dosah byl přes 38 milionů. V Radiu Junior nasadili album do vysílání, součástí partnerství byly rozhovory s hudebníky nebo zástupci McDonald's. Z venkovního křestu alba vznikla reportáž CNN Prima News (Showtime). Videá na YouTube měla více než 1, 5 milionu zhlédnutí. Videá na FB United Islands zasáhla 379 882 lidí a měla 207 000 zhlédnutí. Jednáme o spolupráci se ZUŠ po celé ČR, které by mohly během výuky používat noty písni z alba Hudbou spolu. Projekt se stal inspirací pro televizní koncert „Národ sobě-kultura tobě“ vysílaný na ČT art. Během přímého přenosu překonal počet diváků této stanice svůj dosavadní rekord.

Weblinky:

<https://www.hodbouspolu.cz/>, https://www.youtube.com/playlist?list=OLAK5uy_nEejZ5kGs8y-nPSPYjgsGUqlrPnMzG84g,
<https://www.youtube.com/watch?v=mU5670sfA8g>