
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Uvedení služby Google Stadia v Česku

Projekt byl navržen a proveden pro:

Google ČR

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

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: Aneta Ščotková

Firma/organizace: Havas PR

Stručné shrnutí projektu:

Když Google v Česku uváděl herní streamingovou službu Stadia, konkurenci zavedených Playstation či Xbox, mělo to malý háček. Google zde nenabízel žádný hardware, který by umožnil hrát hry na televizi. Bylo tak nutné představit výhody alternativní technologie - streamování her do počítačů a mobilů. Díky vynikající práci s novináři se podařilo efektivně oslovit cílovou skupinu hráčů a přesvědčit ji k objednání novinky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Oslovit českou herní scénu, příležitostné hráče i nadšence do nových technologií. Místní hráči dosud nebyli připraveni na nový model - streamování her. Hraní bylo tradičně spojeno s konkrétním hardwarem - konzolí a TV nebo výkonným počítačem. Bylo proto nutné vysvětlit výhody Stadia, díky níž lze hrát na jakémkoliv zařízení s připojením k internetu bez požadavků na výkon přístroje.

Strategie:

Názory herních a technologických novinářů v Česku mají velký vliv na chování a preference cílové skupiny. Věděli jsme, že přínos Stadia pro herní scénu bude nutné komunikovat skrze tyto nezávislé prostředníky. Téměř veškerá práce proto probíhala s velkým předstihem před spuštěním služby v ČR. Klíčovými novináři jsme poskytli veškerý servis tak, abychom zajistili hladký průběh testování a pozitivní recenze. Spuštění naplánováno v souladu s očekávaným uvedením hry Cyberpunk 2077, kterou tak mohli díky Stadii otestovat i hráči bez příslušného hardwaru.

Nástroje a aktivity

Individuální poskytnutí zkušebnímu přístupu ke službě více než 20 vlivným herním a technologickým novinářům s několikátýdenním předstihem a technická podpora. Briefing novinářů pod přísným embargem do spuštění služby v ČR. Veškerá komunikace probíhala kvůli probíhající pandemii pouze online.

Pro vybrané novináře zajištění hardwaru k testování ze zahraničí za účelem zhodnocení rozdílů v hráčské zkušenosti i jako pozornost pro novináře. Virtuální kulatý stůl s regionálním ředitelem gamingového businessu Googlu.

Plošná distribuce tiskové zprávy, blogpost, sociální média Googlu v ČR i v regionu.

Aktivace neomezeného bezplatného přístupu k prémiovému obsahu a přístupu do novinářského portálu.

Výsledky:

Obrovské množství pozitivních recenzí popisujících službu jako životaschopnou alternativu k oblíbeným konzolím s jasnými výhodami pro příležitostné hráče a povzbuzujících čtenáře, aby se zaregistrovali k bezplatné zkušební verzi.

Celkem přes 50 výstupů v médiích (herních, technologických, zpravodajských), 75 % článků pozitivních, žádná negativní recenze. O Stadii informovala ČTK i vlivná média jako Aktuálně.cz, Forbes.cz, Novinky.cz, iHNed.cz a další.

385% navýšení zmínek o Google Stadia na sociálních sítích v ČR oproti předchozímu týdnu, zejména díky sdílení článků na profilech vlivných médií a novinářů jako například HN, Czechcrunch, Lupa či Forbes. Podle nástroje BrandWatch obsah na Twitteru oslovil více než 570 000 uživatelů.

Počet uživatelů, kteří se v prvním měsíci zaregistrovali do placené prémiové verze, sedminásobně překonal očekávání.

Jen díky těmto PR aktivitám se služba v ČR úspěšně podařilo uvést na trh.

Weblinky:

<https://stadia.google.com>