
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

#APEROLTIME

Projekt byl navržen a proveden pro:

Aperol - Campari

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison&Rose

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

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: Iva Křenová

Firma/organizace: Bison&Rose

Stručné shrnutí projektu:

Skvělý den? Aperol Spritz. Špatný den? Aperol Spritz. Ukázat široké veřejnosti, že Aperol Spritz je ideálním drinkem pro jakoukoliv příležitost, představit nový recept na perfektní přípravu tohoto drinku, a to vše za cenu velmi nízkých nákladů a ideálně bez nutnosti finanční podpory? Pro nás žádný problém. Skrze promyšlenou spolupráci s influencery a lifestyleovými médii jsme v rámci kampaně dokázali oslovit několik milionů spotřebitelů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Pro šťastné okamžiky i dny plné stresu. Naší výzvou bylo posílit brand Aperolu na českém trhu coby ideálního aperitivu vhodného pro každý okamžik. Věděli jsme, že musíme cílit na konzumenty v produktivním věku, kteří si užívají života, vychutnávají si chvílky samoty i chvílky s přáteli a rádi si užijí dobré pití a jídlo. Vzhledem k omezenému rozpočtu jsme se rozhodli vsadit vše na influencery a novináře z lifestyleových médií, s plánem představit jim Aperol tak, aby z něj byli nadšení i oni sami.

Strategie:

Vsadili jsme na budování atmosféry, vytvoření představy okamžiků, ve kterých je možné si Aperol bez výčitek vychutnat. Vybrali jsme zajímavé novináře a influencery, kteří se ke značce hodí a o nichž jsme věděli, že budou umět informace o Aperolu předat svým čtenářům a sledujícím zajímavým a kreativním způsobem, a navázali jsme s nimi intenzivní barterovou spolupráci.

Nástroje a aktivity

Pro novináře a influencery jsme připravili dárkové balíčky, které doslova útočily na všechny jejich smysly a dokázaly touženou atmosféru klidu a pohody navodit. Balíčky tak propojovaly perfektní servírování drinku Aperol Spritz a ideální příležitost k jeho vychutnání. Zároveň jsme novinářům připravili poutavé textové podklady, včetně rozhovorů s ambasadorem značky Aperol, aby tak po otevření našeho balíčku nemuseli myslet na práci a mohli si jen užít všechny přibalené dobroty.

Výsledky:

Na základě silných media relations se nám tak podařilo oslovit publikum lifestyleových médií i influencerů. Za téměř nulové finanční investice jsme dokázali zasáhnout přes 5 milionů čtenářů a přes dva miliony sledujících na sociálních sítích. Díky úspěšné spolupráci s influencery se podařilo zvýšit návštěvnost uživatelů na instagramovém profilu o 65 %. Sami fanoušci nás pak označovali u svých příspěvků, kdy zmínky o profilu vzrostly o 33 %. A těm všem jsme dokázali předat jasný a jednoduchý vzkaz o tom, že nezáleží, zda máte den blbec nebo se vám v práci dostalo povýšení – Aperol je tu pro každou příležitost.