

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

BookQuiz

Projekt byl navržen a proveden pro:

Knihy Dobrovský

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Fleishman-Hillard, s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Adéla Bulantová

Firma/organizace: Fleishman-Hillard, s.r.o.

### Stručné shrnutí projektu:

Vytvořili jsme unikátní signature projekt - první český bookquiz. Originální série eventů určená nejen pro knižní fanoušky nalákala nové zákazníky do knihkupectví Knihy Dobrovský a zároveň spojila fanoušky se stejným zájmem, kteří si zde mohli ověřit své znalosti prostřednictvím unikátně navrženého kvízu. Tematicky laděné večery (filmové adaptace, young adult, Harry Potter speciál) přitáhly desítky soutěžících, kteří v týmech soutěžili o knižní výhry. Večery provázel oblíbený youtuber LukeFry.

### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání od klienta znělo dostat nové zákazníky do prodejen Knihy Dobrovský a celkově zvýšit povědomí o značce. Inspiraci jsme našli na jiném populárním místě, které Češi rádi a často navštěvují - v hospodě. Navíc každý zná AZ kvíz, že? Proto jsme populární fenomén hospodských kvízů převedli do profesionálního brandového eventu s knižní tematikou. Rovněž bylo cílem projektu vytvořit platformu pro setkávání lidí se zálibou v knihách.

### Strategie:

Chtěli jsme představit úplně první kvíz značky Knihy Dobrovský a rovněž první soutěžní test obsahující i odehrávající se v knižním prostředí. Ke spolupráci jsme přizvali síť kaváren Costa Coffee, jejíž pobočky sídlí poblíž prodejen Knihy Dobrovský. Část eventů se tak odehrávala v pohodlných křeslech kaváren a vedle knih dostali soutěžící také kávové ceny. Celá crossbrandová komunikace byla následně podpořena na sociálních sítích obou značek. Díky tomu jsme dokázali oslovit zcela nové publikum a podpořit tak značku Knihy Dobrovský jako takovou. Dalším strategickým krokem bylo obsazení populárního youtubera LukeFrye do role moderátora. Díky němu jsme spojili projekt s konkrétním jménem a událost se stala atraktivnější i pro fanoušky, kteří se s ním zde mohli setkat.

### Nástroje a aktivity

Každý bookquiz byl zastřešen vybraným tématem, na jehož základě jsme vytvořili 33 otázek rozdělených do tří kol s různým ohodnocením a obtížností tak, aby každý z týmu mohl něčím přispět. Vše jsme shrnuli do jednotné prezentace, která byla společně se jmény týmů během kvízu promítána. Navíc jsme vytvořili brandové archy, kam soutěžící zaznamenávali své odpovědi. Zúčastnění se na akci přihlašovali prostřednictvím elektronických formulářů zveřejněných na sociálních sítích s jednoduchým vizuálem upozorňujícím na akci. Následně byla celá akce zaznamenávána na sociální síť Knihy Dobrovský, kde ji předsdíleli či sdíleli jak účastníci, tak moderátor LukeFry.

### Výsledky:

I přes minimální externí náklady v celkové výši 3 500 Kč jsme dokázali uspořádat maximálně efektivní akci. Registrační formuláře byly vždy vyplněny do několika hodin od zveřejnění a kapacita byla naplněna nad očekávání. BookQuizů se zúčastnilo na desítky knižních nadšenců, kteří celkem zodpověděli přes sto záludných otázek ze světa knih. Pozitivní ohlasy na event jsme získali nejen bezprostředně po skončení akce, ale také později prostřednictvím sociálních sítí Knihy Dobrovský, kde se akce spontánně šířila pod hashtagem dobrovský #bookquiz.

### Weblinky:

<https://vimeo.com/531155244>