
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Lokální IFA

Projekt byl navržen a proveden pro:

Philips TV & Sound

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PRAM Consulting

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.7 Tiskové konference

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: Jiří Kroulík

Firma/organizace: PRAM Consulting s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Televizory a sluchátka musíte vyzkoušet na vlastní oči a uši. Jak odprezentovat nové produkty Philips, když veletrh IFA probíhal pouze virtuálně? Na začátku září jsme pozvali novináře a partnery ke společnému sledování globálního online představení nových modelů do prostorné lokality, která byla bezpečná a zároveň umožnila socializaci a vyzkoušení produktů. Výsledkem byla lepší publicita, spokojenost novinářů a partnerů než u do té doby tradičního veletrhu IFA.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

IFA, která slouží k prezentaci nových modelů, probíhala v loňském roce pouze virtuálně. Společnost Philips TV & Sound se rozhodla, že místo na veletrhu své modely představí globálně na jednom online eventu pro celou Evropu. Ostatní komunikační týmy pouze rozeslaly link novinářům na její sledování. Pro nás to však bylo málo. Chtěli jsme využít maximum z globálního online představení a zároveň novinářům zprostředkovat osobní prožitek z vyzkoušení produktů.

Strategie:

Účast na veletrhu IFA je finančně i logisticky náročná, oslovuje jen omezenou část lokálních novinářů, jejichž pozornost se ještě dělí mezi další značky. Lokální setkání ovšem umožňuje investovat více času a pozornosti většímu množství novinářů.

Začátek září byl v České republice z hlediska zdravotní situace poměrně příznivý a my jsme navrhli klientovi, že dáme novinářům na výběr, jestli chtějí sledovat představení modelů z domova, nebo společně přímo na nových televizorech Philips. Díky rychlému průzkumu mezi novináři jsme zjistili, že zájem o fyzickou účast je až překvapivě vysoký a odezva velmi kladná.

Nástroje a aktivity

Vytvořili jsme tak hybridní model tiskové konference, který propojoval online a fyzické setkání. Novináři se mohli z domova ptát na online chatu, účastníci přímo na místě se ptali přítomných zástupců klienta, kteří doplňovali anglickou online prezentaci o další postřehy v češtině. Online event sledovali přítomní novináři na jednom z nově představených modelů, další modely byly připravené pro praktické ukázky obrazu a zvuku.

Celá akce odpovídala přísným požadavkům na hygienu, účastníci měli k dispozici roušky a dostatek prostoru v zajímavé industriální budově.

Výsledky:

I přes aktuální COVID situaci se ukázalo pozvání novinářů jako výborná volba. Na fyzické setkání dorazilo 16 nejdůležitějších novinářů, dalších 13 bylo online.

Bezprostředně z této akce vyšlo 33 výstupů s celkovým zásahem 2 642 000 a další výstupy a testování vycházely ze spolupráce domluvené přímo na místě. Dosáhli jsme AVE 28 100 €, což při nákladech na akci činí ROI 868 %. To je zhruba 10x více než v případě veletrhu IFA.

Úspěšnost této strategie se ukázala i ve srovnání s ostatními zeměmi, které zůstaly pouze u online varianty. ČR měla přibližně 2x až 4x více výstupů z akce než jiné země, přepočteno na průměrný počet výstupů, kterého tyto země dosahují. Tento rok budou i ostatní země pořádat akci dle českého vzoru. Philips v ČR zaznamenal meziročně 4,5násobné navýšení počtu prodaných televizorů a nárůst 350 % čtvrtletně mezi Q3 a Q4, i když trh vzrostl pouze o 150 %.

Weblinky:

<https://www.rmol.cz/novinky/philips-tv-sound-predstavil-naloz-novinek-pro-podzimni-sezonu>,
<https://avmania.zive.cz/novy-televizor-philips-oled-935-se-zvukem-od-bw-nabidne-take-48-uhlopricku>,
<https://www.nextech.sk/a/Spolocnost-Philips-TV---Sound-predstavila-nove-TV--sluchadla-a-reproduktory>,
<https://www.digirevue.cz/cz/vsehochut/item/842-philips-vedl-unikatni-televizor-s-ai-a-audiem-od-b-w-bezdratove-pecky-i-zvukove-listy-fidelio-b95-a-b97>