
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Launch prémiové kávy a kávového konceptu L'OR

PROFESSIONAL

Projekt byl navržen a proveden pro:

Jacobs Douwe Egberts

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PEPR Consulting s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

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: Radka Lejčková

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

Stručné shrnutí projektu:

Společnost JDE uvedla novou prémiovou kávu a kávový koncept pro B2B segment L'OR PROFESSIONAL. Naším úkolem bylo připravit kompletní PR strategii a aktivity pro sezonu OND během 3 týdnů. Novinku jsme představili na tiskové konferenci u příležitosti Mezinárodního dne kávy. Zrealizovali jsme průzkum o kávových zvyklostech Čechů a sdíleli aktuality ze světa kávy z pohledu produkce a spotřeby. Do projektu jsme vtáhli známé tváře a pomohli tak úspěšně nastartovat novou éru značky L'OR v segmentu B2B.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním a cílem bylo představení nové značky a kávového konceptu L'OR Professional. Hlavní komunikační důraz byl kladen na office segment, sekundárně pak HORECA. Tím, kdo rozhoduje o kávě v kanceláři, bývá vedení, office manažeři, ale i zaměstnanci. Vedle klasických B2B kanálů jsme tak považovali za důležité zaměřit se i na B2C komunikaci a práci s ambasadory. Segmenty B2B a B2C vnímáme v rámci tohoto projektu do jisté míry jako spojené nádoby.

Strategie:

S minimem času na přípravu jsme se rozhodli maximálně koncentrovat na silnou medializaci samotného kick offu komunikace, který jsme záměrně směřovali k Mezinárodnímu dni kávy. Všimli jsme si, že s touto příležitostí žádná konkurenční značka nepracuje, a tak jsme ji naplno využili. L'OR Professional jsme proto spojili s dalšími mediálně atraktivními tématy. Zaměřili jsme se na celosvětový trh i kávové zvyklosti v naší zemi. Kredibilitu L'OR Professional jsme podpořili také zapojením brand ambasadorek, cukrářky Ivety Fabešové a HR specialisty Josefa Kadlece.

Nástroje a aktivity

Tiskovou konferenci k uvedení novinky jsme organizovali u příležitosti blížícího se Mezinárodního dne kávy. Informace o prémiové kávě i kávové službě L'OR Professional jsme doplnili o obecné informace o produkci a spotřebě kávy. Představili jsme i výsledky průzkumu o kávových zvyklostech Čechů. Ten odhalil řadu zajímavých informací o tom, jak si Češi užívají kávu. Mimo jiné i to, že káva je důležitou součástí pracovního dne Čechů, pro B2B segment je tedy podstatným elementem.

Svou pozitivní zkušenost s L'OR Professional sdílela na tiskové konferenci známá cukrářka Iveta Fabešová. Na základě své spokojenosti se rozhodla stát se ambasadorkou značky L'OR Professional. Tisková konference se odehrávala v její nově otevřené kavárně ve Werichově vile. Účastníci tiskové konference tak mohli ochutnat prémiovou kávu L'OR Professional přímo na místě.

Výsledky:

Mezinárodní den kávy jsme si prakticky "ukradli" pro sebe. To, že si 60 % Čechů neumí představit život bez kávy, se projevilo i v mediálním úspěchu našeho konceptu. Na samotnou akci dorazila třicítka novinářů napříč relevantními tituly. Po tiskové konferenci o L'OR Professional vyšlo více než 40 výstupů, včetně televizního a rozhlasového zpravodajství (CNN Prima News, Rádio Impuls, Seznam zprávy a další). Na úspěšný launch L'OR Professional nyní navazujeme dalšími tématy a aktivitami, ať už v oblasti HR nebo HORECA.