
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Jak jsme vyprodali výstavu obrazů za bitcoin

Projekt byl navržen a proveden pro:

Julius Reichel

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

EPIC Public relations s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

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: Ondřej Tesař

Firma/organizace: EPIC Public relations s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Jednou z hlavních hodnot PR je činit z obvyklého neobyčejné. Udělat událost, která nás dostane do titulků. Strhnout na sebe pozornost a inspirovat k akci. Přesně to se nám podařilo loni v květnu s výstavou obrazů Julia Reichela, která se kompletně vyprodala.

Klíčem k úspěchu byl nápad umělcova kamaráda Michala Zatřepálka koupit Juliův obraz za bitcoin. Vytvořil tak jedinečnou událost - první oficiální prodej uměleckého díla za kryptoměnu v ČR. Zařídil kompletní výprodej už byla naše práce.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání bylo tudíž prosté. Medializovat historicky první nákup uměleckého díla přes galerii v ČR takovým způsobem, aby po zakoupení obrazů Julia Reichela v Karpuchina Gallery toužilo co nejvíce lidí. Přesněji řečeno, aspoň 14. Tolik obrazů v galerii Reichel vystavoval. Zadavatel měl také zájem podpořit téma kryptoměn obecně. A cílem také bylo zatraktivnit Karpuchina Gallery pro mladé a nekonvenční umělce.

Strategie:

Základem komunikaci a pitche byla kreativní myšlenka a jedinečnost samotné události. Důležitý byl také timing. Protože šlo o časově omezenou výstavu, bylo potřeba komunikaci zahájit hned na začátku, abychom mohli novinářům ukázat obrazy a možnost potkat se a promluvit s protagonisty = foto a videopříležitost. Klíčová tedy byla rychlost a připravenost.

Využili jsme také „sexy“ téma kryptoměn. Nabízí jistou tajemnost a hlavně progresivitu, což je pro média atraktivní.

Do příběhu jsme zapracovali i nadcházející aukci „100 Creators“, kterou otevřela největší kryptoburza na světě Binance a Julius Reichel byl vybrán jako jediný Čech. Ve výběru Binance bylo 100 prestižních světových umělců a aukce jejich děl začínala právě po ukončení Reichelovy výstavy. Mezinárodním přesahem jsme ještě zvýšili jeho hodnotu.

Nástroje a aktivity

Vzhledem k danému cíli vyprodat výstavu jsme se zaměřili hlavně na online zpravodajská média a televizi. Potřebovali jsme výstupy rychle. A výstupy zároveň musely být prvotřídní, tedy obsáhlé, exkluzivní, s fotkami a videem. Po úvodní tiskové zprávě a následném follow upu se rozběhl intenzivní kolotoč redakčních návštěv galerie a ateliéru Julia Reichela. Nejtěžší tedy bylo vše zorganizovat v několika málo dnech. Médii jsme poskytli veškeré potřebné materiály, aby byl výsledek co nejzajímavější.

Výsledky:

K události jsme zajistili 20 výstupů včetně mainstreamových médií, jako Česká televize, iDNES.cz, lidovky.cz, Metro, Mladá fronta DNES, Respekt nebo Seznam.cz.

V prestižním médiu Forbes.cz jsme zajistili rozhovor s Juliem Reichelem. Forbes text překlopil i do tištěné verze.

Články o prodeji získaly 15 minut času na největším YouTube kanálu o kryptu Bitcoinovej kanál, který má přes 66 tisíc odběratelů

Julius Reichel na základě medializace prvního prodeje během několika dalších dnů vyprodal celou výstavu všech 12 obrazů. Většinu za bitcoin.

Galeristce Alexandře Karpuchina se už během výstavy ozvalo několik předtím těžko dostupných umělců se zájmem o vystavování svých děl v její galerii.