
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Dražba nejdražšího burgeru na světě – NFT

Maestropiece by TMBK

Projekt byl navržen a proveden pro:

McDonald's

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Follow Bubble & MSL Czech Republic

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: Michaela Chrpová

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

Jak dostat do lidí, že Mekáč nabízí masterpiece v podobě nejšťavnatějšího burgeru? Oslovit mladší publikum, rozvířit v médiích hlad po Maestro burgeru i po neotřelém tématu? Pustili jsme do světa umění a vytvořili v ČR historicky první NFT dílo s českým umělcem Tomášem Břínkem (TMBK) a vydražili jej pro nadační fond Dům Ronalda McDonalda. Protože NFT nemusí být jen povrchní hype záležitost, ale nástroj, který podpoří dobrou věc.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Prezentace nové letní produktové řady Maestro burgerů a upozornění našich zákazníků i (ne)zákazníků na výraznější šťavnatost a tloušťku masa, které jsou pro produkt příznačné. Jelikož je burger označován za mistrovské dílo, přistoupili jsme k němu doslova jako k umění. Sekundárně je naším cílem (i společenským závazkem!) celoroční podpora nadace DRMCD, kterou u nás letos začínáme budovat, a tak hledáme u každé kampaně cesty, jak nadační fond více podpořit a zviditelnit. Cílovou skupinou byla široká veřejnost a rovněž lidé zajímající se o krypto svět.

Strategie:

Na začátku byla tři slova, naše pilíře. Šťavnatost, inovace, originalita. To vše je v kostce burger Maestro a strategie komunikace pro McDonald's. Jelikož považujeme Maestro za masterpiece, zvětšili jsme jej do podoby uměleckého díla i v realitě. Ale nejen tak ledajaké! Trend NFT ve světě zažívá boom, ale pro dobrou věc jej málokdo využívá. My tak zabili 2 mouchy jednou ranou.

Nástroje a aktivity

TMBK známý satirik a tvůrce koláží připravil šťavnaté dílo jeho klasickým Adobe Photoshop stylem. Do odšťavnovače doslova nakomponoval Maestro burger, ze kterého šťáva doopravdy teče. Důležité pro úspěch eventu bylo, že náš maestropiece komunikovali i další influenceři ze světa digitálních technologií, a to digitální evangelista Petr Mára, bývalý youtuber Jirka Král, gamer Pedro, odborník na DeFi Pavel Přecechtěl nebo moderátor a osobnost českého gamingu Mikuláš Tuček. To způsobilo, že téměř každý krypto nadšenec o dílku věděl a my se tak dostali do pro nás zatím neprobádaných komunikačních vod.

Výsledky:

Za měsíc komunikace jsme zaznamenali více než 55 mediálních výstupů s celkovým reachem 14 500 000. NFT dílo se v rámci online aukce vydražilo za 5,04 Etherea (281 400 CZK), zároveň tato částka podpořila rodiny nemocných dětí. Nyní je jeho hodnota přes 1 milion CZK. Umělec se dostal s dílem do nejexkluzivnějšího publicistického pořadu DVTV, zprávu přejímala média od zpravodajských po technologická, lifestyle či média s fokusem na krypto a DEFI. Kampaň se řešila na YT kanálech krypto odborníků, díky svému charitativnímu záměru byla pozitivně přijímána. Doteď se naše NFT jako zmínka objevuje téměř v každém článku o NFT v ČR a registrujeme dalších skoro 30 výstupů (reach 12 milionů). Podařilo se nám být první na ČR a SK trhu, kdo využil NFT pro komerční účely a McDonald's se tak zapsal do pomyslné krypto historie. Navíc opět dokázal, že patří mezi inovativní brandy. Influenceři měli unikátní dosah 343 474 reach a 40 626 lajků.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=Dat0zzK9-og>