
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

PUMA HEROES nastartovala kariéry mladých

Projekt byl navržen a proveden pro:

PUMA Heroes

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Near&Dear

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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: Pavel Orálek

Firma/organizace: Topic PR/Near&Dear

Stručné shrnutí projektu:

Pro společnost PUMA jsme přišli s kampaní PUMA HEROES oslovující mladší generaci Z. Ambasadorem projektu se stal Ben Cristovao, který nadaným talentům pomohl prorazit. Díky vhodně zvolenému konceptu i kombinaci komunikace na sociálních sítích a v médiích se do kampaně přihlásilo přes 350 mladých uchazečů za 14 dní, čímž jsme překonali původní očekávání.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

PUMA chtěla oslovit mladší generaci potenciálních zákazníků. Vybrali jsme generaci na vzestupu — generaci Z. Koncept PUMA HEROES přiblížil značku PUMA této generaci, spojil ji s pojmy radostná, odvážná, sebejistá i odhodlaná a pomohl talentovaným jedincům prosadit se.

Strategie:

Jedinci z generace Z na sobě rádi pracují, kampaň je tedy měla dokázat zapojit a přinést jim přidanou hodnotu. Navrhli jsme value proposition kampaně — ukaž svůj talent, staň se PUMA HEROES a PUMA ti pomůže prosadit se. Kampaň jsme úmyslně rozdělili na dvě části. První fáze měla za cíl nábor talentů do 25 let. Pro následnou fázi dva byla klíčová komunikace o kampani a vybraných talentech.

Nástroje a aktivity

Za ambasadora projektu jsme vybrali Bena Cristovao. Pro nábor talentů jsme oslovili vybrané vysoké školy, které studentům rozeslaly náborové informační letáky. Dále jsme uzavřeli mediální partnerství s Refresherem a spustili sponzorované online příspěvky na sociálních sítích (FB, IG, YT) i Spotify. Veškerá komunikace vedla na unikátní microsite. Ve druhé fázi kampaně jsme se zaměřili na medializaci projektu a vybraných čtyř talentů. Díky media relations, digitální podpoře na sociálních sítích a osobnosti Bena jsme prosadili téma PUMA HEROES do nejrůznějších médií a dosáhli kýžených výsledků.

Výsledky:

Za necelých 14 dní náborové fáze kampaně se přihlásilo přes 350 relevantních uchazečů. Celá kampaň za méně než tři měsíce nasčítala přes 3,6 milionů impresí z online komunikace, výrazně rezonovala i na Spotify (524 000 poslechů/zobrazení) a téměř 4,8 milionů impresí z PR komunikace. Ben Cristovao poskytl mj. interview pořadu Talk! na TN Nova Live, který se poté objevil i na TN.cz či Aktuálně. Díky projektu se PUMA HERO Bára Hahnová už žíví svými schopnostmi (tvorbou 3D oblečení). Aktuálně se také díky úspěchu odehrává kampaň PUMA HEROES 2 a uvažuje se nad jejím exportem do zahraničí.

Weblinky:

<https://www.pumaheroes.cz/2021>, <https://www.youtube.com/watch?v=lmU3fR-GEsc>, <https://www.facebook.com/storyTLRS/videos/647408236408249/>,
<https://www.mediaguru.cz/clanky/2021/09/puma-s-cristovaem-podporuji-mlade-se-startem-kariery/>,
<https://refresher.cz/103176-Sanci-na-to-se-prosadit-v-showbyzu-bude-cim-dal-mene-rika-Ben-Cristovao>,
<https://tn.nova.cz/zpravodajstvi/clanek/447074-ben-cristovao-prozradil-jak-to-ma-se-zenami-maji-fanyanky-sanci>,
<https://zena.aktualne.cz/celebrity/ben-cristovao/r~aa3132d8371211eca7d3ac1f6b220ee8/>,
<https://heyfomo.cz/bianka-machova-od-festivalu-az-po-malovani-s-benem-cristovao>,
<https://refresher.cz/105307-PUMA-a-Ben-Cristovao-pomohli-ctyrem-mladym-talentum-ukazat-co-v-nich-je-Podivej-se-co-spolecne-vytvorili>