
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Mistrovství Evropy ve volejbalu mužů 2021 – Ostrava

Projekt byl navržen a proveden pro:

Český volejbalový svaz

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Chilli Production s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Otta Kovařík

Firma/organizace: Chilli Production s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Propagace Mistrovství Evropy ve volejbalu mužů 2021 v Ostravě? Ano, ale jen s vlastním obsahem a kampaní, která bude poplatná době. Vymysleli jsme strategii založenou na videích, která jsme natočili půl roku před šampionátem. V plánování jsme počítali s veškerým prostorem, který byl k máni – od sponzora pořadu v TV přes distribuci v rámci volejbalového magazínu na ČT sport.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Dále jsme využili přehrávání při hokejových zápasech v Ostravě na LED kostce až po kompletní sociální síť. Vzhledem k atraktivitě prostředí Ostravy bylo jasné, že se musí natáčet v industriální zóně a musíme Evropě představit vše, co nabízíme. Hráče jsme vybrali tak, abychom oslovili co nejvíce cílových skupin: Jan Hadrava – volejbalista roku, Jakub Janouch – kapitán týmu, Lukáš Vašina a Patrik Indra – mladé naděje, o kterých volejbalový svět ještě uslyší. K videím vznikly i fotografie, které se používaly na promo materiálech, polepu celé haly nebo v kampaních na sociálních sítích.

Cílových skupin bylo více – volejbalová veřejnost po celé ČR. Využili jsme profily Český volejbal, UNIQA volejbalová extraliga mužů, UNIQA volejbalová extraliga ženy a Česká volejbalová reprezentace a oslovili jejich fanoušky. Dále jsme cílili na sportovní veřejnost po celé ČR dle zájmů a v neposlední řadě na rodiny v Ostravě s kladným vztahem ke sportu. Hlavními videy jsme si tvořili publikum pro remarketing. Kdo viděl více než 15 sekund jakéhokoliv videa, dostával výzvu k nákupu vstupenek na utkání. Dále jsme pracovali s databází e-mailů z předchozích nákupů vstupenek.

Strategie:

Vyprodat halu! To jsme chtěli! Povedlo se. Covid nám házel klacky pod nohy, pro diváky platila striktní pravidla, ale stejně se to podařilo. Dále jsme chtěli ukázat Evropě, že u nás dokážeme produkovat dospělý obsah, hezké kampaně a celkově uchopit produkci na vysoké úrovni. Chtěli jsme představit široké veřejnosti osobnosti českého volejbalu a poslat jim nepřímý vzkaz, že volejbal udělal velký kus práce a je to atraktivní podívaná pro celou rodinu.

Nástroje a aktivity

Natočili jsme 3 spoty během 11 natáčecích dní. Každým jsme strávili 3 dny a 2 dny navíc jsme měli na nabrání Ostravy a okolí. Vzniklo více verzí – krátká na sponzorský vzkaz do TV, hlavní video publikované ve Volejbalovém magazínu ČT sport a na LED obrazovkách v halách a další formáty pro použití na sociálních sítích. Balíky fotografií jsme poskytli hráčům, kteří jako ambasadoři ME propagovali turnaj na svých profilech.

Výsledky:

Kampaň měla na sociálních sítích celkový dosah skoro milion a půl uživatelů. V TV to bylo 6 100 000 lidí. Celé natáčení včetně postprodukce vyšlo na 150 000 Kč. Celková částka na propagaci činila 100 000 Kč. Televizní čas jsme využili v rámci dlouhodobé spolupráce Českého volejbalového svazu s ČT sport. Z kampaně jsme vytěžili maximum a vyprodali kapacitu hokejové haly čtvrtfinálovým zápasem proti Slovinsku. Vyprodali jsme hokejovou halu. Ukázali jsme, že máme produkci a PR na vysoké úrovni a můžeme se rovnat vyspělým volejbalovým zemím.

Weblinky:

<https://www.facebook.com/watch/CeskaVolejbalovaReprezentace/1025652768331693/>