

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Spacial Magazine

Projekt byl navržen a proveden pro:

LASVIT

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

LASVIT

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.4 Firemní publikace - blogy

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: Tomáš Kolder

Firma/organizace: LASVIT

**Stručné shrnutí projektu:**

LASVIT, globální lídr v oblasti vytváření odvážných a jedinečných prostorových a světelných zážitků představuje nový online i tištěný magazín Spacial. Cílem magazínu je vzájemné sdílení zkušeností se širší veřejností a komunitou a inspirace. První číslo magazínu se zaměří na téma soukromí. V magazínu nejen o něm mluvili světové i domácí designérské hvězdy. Pro první číslo byli kurátorsky vybráni světoví umělci, kterými jsou Daniel Libeskind, Yabu Pushelberg, Maxim Velčovský, Campana Brothers.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zadání bylo vytvořit novou publikaci, které sjednotí všechny tištěné materiály LASVIT do jednoho. Rozhodli jsme se, že kromě offline verze převedeme texty z fyzického magazínu i do onlinu. Vytvořili jsme obsahový web a převedli články z magazínu a budeme na ně moct odkazovat zákazníci. Chceme online také rozšířit zážitek z magazínu, stránky v magazínu budou obsahovat QR kódy, které čtenáře odkážou na web, kde se bude moci podívat na videa a další audiovizuální materiály, které články a „zážitek“ z magazínu doplní.

V rámci struktury chceme, aby byla možnost i magazín nakoupit, jednoduchý ale atraktivní odkaz vedoucí do našeho eshopu. Články by na sebe měly být provázané ať už s pomocí odkazů případně by mohl na čtený článek odkazovat následující. U článků plánujeme linkovat na web a eshop. Logika webu a menu by měla odkazovat na logiku a řazení samotného magazínu.

Cílová skupina je odborná veřejnost a komunita okolo designu a architektury s přesahem do umění, převážně interiéroví designéři a koncoví zákazníci skrz zástupce prodeje u retailerů s designovým nábytkem, tedy lidé s vysokou afinitou k designu a grafice. Skrze téma soukromí, cílíme na rezidenční segment a to také zacílíme na sociálních sítích.

**Strategie:**

Spacial Magazine není jen další firemní magazín, ale kurátorsky a pečlivě připravená online i printová publikace. Spacialeme jsme chtěli oslovit naše partnery, klienty a potenciaální klienty zejména v zahraničí, díky čemuž budeme mít větší šanci získat nový byznys. Cílem magazínu je vzájemné sdílení zkušeností se širší veřejností a komunitou a také inspirace. Rovněž skrze obě verze budeme zvyšovat brand awareness, traffic na webu lasvit.com a engagement na sociálních sítích. V onlinové verzi budeme mít více contentu než v printové, např. rozšíření o fotky a vizuály, text, citace partnerů apod. Články využijeme i pro PR jako exkluzivní obsah pro lfs média, zejména v zahraničí, kam cílíme.

**Nástroje a aktivity**

Sociální média: FB, LI, IG a Pinterest. Spolupráce s influencery zahraničními i partnery - unboxing, reposty. Newslettery na klientskou databázi, plus řízená distribuce magazínu na VIP klienty + na eventech. PR články v zahraničních médiích a exkluzivní obsah.

**Výsledky:**

Celkový zásah onlinové verze odhadujeme v prvních 3 měsících po spuštění webu na desítky tisíc unikátních návštěvníků. Zásah na SM pak stovky tisíc. Největší peak v průběhu června, kdy bude vrcholit týden designu v Miláně. Rovněž očekáváme výstupy v zahraničních médiích, Label, Identity, Azure, AD, Vogue China.

**Weblinky:**

<https://spacial-magazine.com/>