

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

E.ON Energy Globe 2021

Projekt byl navržen a proveden pro:

E.ON Energie, a.s.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Elite Solutions a Seznam.cz

### Přihlašujeme do:

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: Jan Javornický

Firma/organizace: Elite Solutions

#### Stručné shrnutí projektu:

Třináctý ročník mezinárodní soutěže Energy Globe, kterou v ČR pořádá společnost E.ON, měl být od začátku speciální. Opustili jsme tradiční televizní slavnostní vyhlášení, zapojili řadu známých osobností a vsadili na sílu online komunikace ve spolupráci se Seznam.cz. Hned z kraje ČR získala ocenění za nejvíce přihlášených soutěžních projektů na světě. A skvělá čísla provázela celou kampaň i nadále.

video: <https://drive.google.com/file/d/1qjObSZGOY7e-Yjxi7C3sw1RrKmxhNnl/view?usp=sharing>

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem bylo získat více diváků slavnostního vyhlášení, než měla roky předtím Česká televize. Konkrétně jsme si stanovili velmi ambiciózní cíl 450 000 zhlédnutí.

Před vyhlášením bylo potřeba představit 10 finálových projektů a zajistit hlasy veřejnosti. Chtěli jsme, aby články s představením finalistů vidělo alespoň 125 000 unikátních čtenářů. Na jednu hlavní obsahovou stránku, kde jsme celou vizi soutěže a její mechaniku představili, umístili rozcestník na další obsah a postupně zde přidávali slavnostní přenosy, jsme chtěli získat návštěvnost 200 000 unikátních čtenářů. To vše v průběhu 3 měsíců (1. 7. – 31. 8. probíhalo hlasování, poutání na slavnostní přenosy).

#### Strategie:

Každý ví, jak vypadají slavnostní večery s předáváním libovolných cen na televizních obrazovkách. Často ovšem diváci vlastně ani netuší, o jakou se jedná soutěž, kdo je oceněný a k čemu to celé vůbec je. Proto jsme se rozhodli tradiční podobu na tři večery "zeleného festivalu", za účasti skvělých českých muzikantů a celebrit podporujících finálové soutěžící, a všem fázím soutěže dopřát výsluní na stránkách Seznam.cz s denní návštěvností 6 milionů uživatelů.

Celý koncept soutěže vytvořený v agentuře Elite pak dostal podobu v Seznamáckém Brand Studiu a díky zapojeným influencerům.

#### Nástroje a aktivity

Hlavním komunikačním kanálem byl zpravodajský web Seznam Zprávy. Zde jsme publikovali 3 živé přenosy prostřednictvím redakčních článků a zároveň i umístili dohromady 6 interaktivních článků Seznam Native (5x představení všech finalistů, 1x rozcestník na vzniklý obsah a všechna slavnostní vyhlášení). Slavnostní vyhlášení a předávání cen jsme umístili i na internetovou televizi Stream.cz a ostatní obsahové weby Seznamu. Pro podporu hlasování i sledovanost přenosů jsme využívali propagaci na sociálních sítích. O Energy Globe a zajímavých projektech finalistů se mohli dozvědět lidé i na rádiu Expres FM a to jak prostřednictvím rozhovorů, tak reklamních spotů.

#### Výsledky:

Dohromady měly slavnostní přenosy 453 655 zhlédnutí, tedy o 51 % vyšší sledovanost než měl ročník 2020 ve veřejnoprávní televizi a skvělý výsledek pro obsah zaměřený na ekologii a udržitelnost. Redakční články, kterými jsme videa a informování o soutěži doplnili, zaznamenaly 489 483 zobrazení.

188 939 unikátních čtenářů si zobrazilo 5 představovacích článků s finálovými projekty (cíl jsme přesáhli o 51 %). Na hlavní článek se všemi přenosy a informacemi o Energy globe se podívalo 212 560 unikátních čtenářů (cíl byl 200 000).

#### Weblinky:

<https://drive.google.com/file/d/1qjObSZGOY7e-Yjxi7C3sw1RrKmxhNnl/view?usp=sharing>