
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Xavier – Týden beze zbytku

Projekt byl navržen a proveden pro:

UNILEVER Hellmann's

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Havas Worldwide Prague a.s.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.8 Digital & social media - digitální 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: Vendula Hříchová

Firma/organizace: Havas Worldwide Prague a.s.

Stručné shrnutí projektu:

„Stojíme na straně jídla“ je dlouhodobá filosofie Hellmann's, která je srdcem kampaně „S chutí beze zbytku“. Jak tuhle osvětu a problém, že až 1/3 jídla v domácnostech se vyhodí, komunikovat českému publiku, které má specifické gastro tradice? Rozhodli jsme se jít na to přes originálního průvodce a kuchařku, které vznikly ve spolupráci s „Zachraň jídlo“: obsahují praktické tipy, jak neplýtvat a byli součástí výzvy #tydenbezezbytku, která rezonovala i díky zapojení influencerů skrze soc. sítě.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Ambicí Hellmann's je vyrábět udržitelné produkty dobré pro nás i pro planetu. Proto se v kampani zaměřujeme na boj proti plýtvání v domácnostech a využíváme k tomu rady a tipy, jak využít maximum ze surovin, které máme doma. To vše ve spolupráci se „Zachraň jídlo“. Cílem byla aktivace publika výzvou #tydenbezezbytku, kterou vedli vybraní influenceři.

Strategie:

Cílem bylo upozornit uživatele, že až 1/3 jídla v našich domácnostech se vyhodí, a při tom by to tak vůbec nemuselo být. Proto jsme připravili online průvodce týdnem beze zbytku, kuchařku, která inspiruje k vaření ze surovin, které by jinak skončily v koši a další praktické rady. To vše online s možností si materiály stáhnout a mít kdykoli při ruce. Tuto message a vytvořené materiály jsme podpořili influencerskou aktivací na Instagramu: 9 cz a sk influencerů si během 9 týdnů předalo štafetu v tvorbě a publikaci obsahu, který se zaměřil na sledování přebytku potravin u nich doma a zapojení pouček z materiálů od „Zachraň jídlo“. Kampaň jsme navíc podpořili i digitálními spoty kde hlavní roli hraje jídlo a chytré způsoby, jak si s ním pohrát a nic nevyhodit v typicky českém kontextu a s českými surovinami a laskominami.

Nástroje a aktivity

Díky výzvě odstartované influencersy jsme představili kampaň v rámci instagramové aktivace #bezezbytku. Výstupy jsou dostupné ve výběrech na IG profilu Hellmann's a vedou uživatele na web, kde je pro ně dostupná kuchařka, manuál k „Týdnu beze zbytku“ a další tipy, které vznikly se zapojením organizace „Dáme jídlo“. Influenceři byli vybráni na základě toho, jak komunikují jídlo, problematiku kolem něj nebo jak si obecně dokážou poradit s výzvami, a roli hrálo také to, abychom dokázali diverzifikovat cílové skupiny na základě zaměření jednotlivých influencerů. Ve výzvě se potkali např. @tojidlo, který má přes 104tis. sledujících a dlouhodobě se zabývá zdravým vztahem k jídlu nebo moderátor Evropy 2 Ondra Urban s necelými 19tis. sledujících a zábavným, akčním a vtipným obsahem. Kampaň #bezezbytku měla 2 fáze: první představila online formáty a HBBTV, které upozorňovaly na možnost stažení guidu. Následovala část influencerská, která message kampaně zesílila a poslala ji dalším uživatelům skrze sociální sítě.

Výsledky:

Jarní 9týdenní kampaň „S chutí beze zbytku“ dosáhla webového dosahu přes 5 milionů uživatelů v Česku a přes 2 miliony na Slovensku. A i dále pomáhá inspirovat k tomu, aby se v našich domácnostech neplýtvalo.

Weblinky:

<https://www.hellmanns.cz/bezezbytku.html>, https://www.instagram.com/hellmanns_czsk/,
<https://www.instagram.com/stories/highlights/18221765734008012/>, <https://www.youtube.com/watch?v=C-rsnUgJd9o>,
<https://www.youtube.com/watch?v=yGm9vIKq3kY>, <https://www.youtube.com/watch?v=VIU8rXucRr0>