
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Kolik Dánů je potřeba k šokování desítky novinářů? Jeden jediný

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Native PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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: Radim Svačina

Firma/organizace: Native PR s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Co minuta, to jeden mediální výstup. Když přední ekonomický expert Steen Jakobsen přiletěl do Prahy představit každoroční Šokující předpovědi Saxo Bank, vše muselo šlapat jako dánské hodinky. Pro tiskovou konferenci totiž měla jejich hlavní tvář pouze něco málo přes půl hodiny. Díky poctivým media relations a několikaměsíční přípravě vzniklo na základě naší práce přes 40 mediálních výstupů profilujících Saxo Bank jako finanční instituci plnou expertů, kteří se nebojí šokovat.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Každoroční předpovědi Saxo Bank nevznikají pouze pro úzkou skupinu zapálených investorů, ba naopak. Teoretické scénáře z oblasti ekonomiky, politiky a popkultury mají přinutit k zamyšlení se nad statutem quo co nejširší veřejnost. Naším úkolem tedy byl maximální mediální zásah (s nulovou inzertní podporou) s cílem prezentovat Saxo Bank jako instituci, která se nebojí v záplavě uniformních bílých límečků vyniknout.

Strategie:

Vzhledem k cílové skupině jsme se v komunikaci zaměřovali primárně na redaktory z vysokozásahových zpravodajských médií, sekundárně pak na odborné ekonomické redakce. Sázka na jejich „pohodlnost“ se nám vyplatila. Obavy z toho, že si informace převezmou z anglického originálu zveřejněného dánskou centrálou tři dny nazpět, se ukázaly jako liché. V rámci media relations jsme při přesvědčování pracovali s exkluzivitou, tedy možností si s „věštcem z Kodaně“ popovídat mezi čtyřma očima. Před samotnou konferencí jsme k němu navíc pod embargem pustili pouze dvojici žurnalistů.

Nástroje a aktivity:

Za účasti desítky předních novinářů jsme Čechům v rámci krátké tiskové konference představili desítku Šokujících předpovědí. České znění obsáhlého materiálu pro média jsme vybranými zásahy „polidštili“, tak aby svým tone of voice neodradil laickou veřejnost. Samotnému setkání předcházely individuální media relations pod přísným embargem, na jejichž základě vznikly dva detailní rozhovory pro Forbes a Newstream.

Výsledky:

Navzdory extrémně limitovanému času, po který jsme mohli novinářům p. Jakobsena nabídnout, se nám podařilo zajistit 40 mediálních výstupů se zásahem přesahujícím 20 milionů a ekvivalentní hodnotou mediálního prostoru ve výši 3,3 milionu Kč. Možnost vzniku evropské armády, národního zákazu masného průmyslu nebo předčasného střídání v Elysejském paláci navíc přiměla tisíce Čechů uvažovat mimo zajeté koleje.