
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Dobré ráno, Brno!

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Česká televize

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

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: Johana Turner

Firma/organizace: Česká televize

Stručné shrnutí projektu:

Osmidílný komediální seriál Dobré ráno, Brno! vypráví s nadsázkou o zákulisí a aktérech pravidelného ranního pořadu ČT.

Diváci se něco více dozvědí o režisérovi, který nemá ve svých rukách ani vlastní život, natož vysílání, o stárnoucí moderátorce stále doufající, že se uchytí ve filmu, o mladé rosnice schopné pro kariérní růst udělat leccos či moderátorovi, jemuž nejde ani o slávu, ani o peníze. Kulisou není jenom samotné studio známého ranního vysílání, ale i prostředí několika dalších pořadů ČT.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Dokáže si ČT v roce, kdy slaví 70. výročí, udělat legraci sama ze sebe? Samozřejmě! K tomu posloužily kulisy známého pořadu Dobré ráno - ranní show, kterou každý zná, ale málokdo ji vidí soustředěně od začátku až do konce.

Nejedná se o dokument, ale o fiktivní příběhy s notnou dávkou nadsázky s cílem pobavit.

Cílová skupina: 25+

Strategie:

Jak komunikovat seriál, který je svým způsobem insiderský, a pracuje s hyperbolou? A to i přesto, že spousta „Jana Prušínovského“ znalých mohlo dopředu tušit, že to bude legrace mnohdy nekorektní.

Pracovali jsme s rovinou nadsázka - pravda. Pomohlo angažování reálných moderátorů pořadu Dobré ráno a zapojení herců i osobností známých z obrazovky.

Podpořit seriál vlastními kanály ČT bylo nabíledni. Propojit vysílání celoplošného rádia, vysílání několika pořadů v reálném čase na několika programech a doplnit o různého další formy PR už vyžadovalo soustředěnou koordinaci.

Informace k jednotlivým dílům jsme „dávkovali“ v posloupnosti děje seriálu. Pro média jsme připravili obsáhlý press kit.

Start PR kampaně byl načasován už několik týdnů před zahájením vysílání. Cílili jsme také na fanouškovskou základnu dřívějších známých projektů Jana Prušínovského (MOST!, Trpaslík, Čtvrtá hvězda).

Nástroje a aktivity:

- projekce na festivalu Serial Killer
- novinářská projekce, binge watching a tisková konference pro média a fanoušky v Brně
- novinářská projekce a tisková konference v Praze
- představení projektu na programové tiskové konferenci ČT
- press kit s rozhovory, s hláškami ze seriálu a televizní hantýrkou
- spolupráce s celoplošnou rádiovou stanicí
- zprostředkování profilových a titulkových rozhovorů s tvůrci a herci a reálnými osobnostmi (moderátoři pořadu Dobré ráno, ředitel programu ČT)
- PR podpora ve zpravodajstvích a pořadech ČT

Výsledky:

- podařilo se naplnit komunikační cíle: jde o seriál ze zákulisí pořadu ČT, který pracuje s velkou nadsázkou, a že si ze sebe dokáže ČT udělat legraci, i když slaví 70. výročí (tedy podlinkově i zmiňované výročí)
- celková průměrná sledovanost byla 546 tisíc 15+, 1. díl byl od 31. 12. 2022 předpremiérově v iVysílání. Do odvysílání v TV (9. 1.) ho tam vidělo 105 tisíc. Poté ho odloženě na internetu dalších 72 tisíc. V průměru prvních 7 dílů odloženě na internetu vidělo 97 tisíc diváků
- seriál byl více vyhledáván muži, nad průměrem je podíl u produktivní generace, a to u mužů i žen, zájem rostl společně se vzděláním diváků
- dohledatelných 141 mediálních ohlasů (k 23. 3. 2023, nezahrnuje výstupy v Hitrádiích)

Weblinky:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/14288838217-dobre-rano-brno/>