
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Inspirace z bio hovězího

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PEPR Consulting/ Media Age

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

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: Dominika Koukolíčková

Firma/organizace: PEPR Consulting s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Drobní čeští eko zemědělci nemají na marketing, komunikaci ani osvětě čas. Spotřebitelé se zase nevyznají v jednotlivých partiích hovězího masa a u pultu tápou. Připravili jsme jednoduchou komunikační kampaň cílenou na bio zákazníky a vtáhli do hry nezávislé bio producenty napříč ČR. Výběr správné partie hovězího tak nikdy nebyl jednodušší!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Podpořit zájem českých spotřebitelů o bio hovězí a aktivně zapojit drobné producenty do komunikace. Primární CS žena 25+ ABC; v B2B chovatelé a producenti hovězího v režimu BIO.

Strategie:

Po konzultacích na farmách jsem navrhl řešení ve formě komunikační kampaně otevřené všem subjektům působícím v EZ. Strategie se musela vypořádat s řadou specifik, kterými se každý producent liší – různé způsoby bourání masa, typy a balení produktů, prodejní kanály, znalosti marketingu, sezónnost aj.

Nástroje a aktivity:

Pomocí dotazníku jsme nejprve zjistili, jaké partie farmáři nabízejí a co vlastně vyžadují jejich zákazníci. Následně jsme ke spolupráci přizvali kuchaře Huga Hromase, který navrhl celkem 50 unikátních receptů. Všechny byly spolu s originálními fotkami vloženy na microsite, kde orientaci v nich usnadňuje hravý rozdělovník v podobě animované krávy s interaktivními prvky. Dalším krokem bylo ulehčit cestu k těmto receptům nakupujícím. Všechny partie jsme proto převedli do QR kódů. Zapojeným producentům jsme poskytly tisková data i hotové nálepky s kódy, které mohli aplikovat na své etikety. Spotřebitele QR kód po načtení přesměruje na microsite s recepty pro danou partii. Okamžitě tak zjistí, co z ní připravit i jaké další suroviny bude potřebovat. Po několika měsících od spuštění projektu jsme zopakovali dotazníkové šetření stran spokojenosti a zjistili, že celý koncept se setkal pouze s pozitivními ohlasy. O projektu jsme informovali prostřednictvím B2B kanálů a na tiskové konferenci. PR podpora proběhla napříč médii, a to zejména v lifestyleových titulech jako prezentace jednotlivých receptů. Projekt jsme prezentovali také prostřednictvím IG profilu.

Výsledky:

Ze 100 oslovených bio producentů se jich během rekordně krátkého času přihlásilo a zapojilo celkem 25 napříč celou ČR. 90 % tvoří rodinné farmy a 10 % pak větší podniky. QR kódy se postupně začaly objevovat na produktech z bio hovězího napříč trhem a jen během období září – říjen 2022 jsme zaznamenali 43 000 unikátních návštěv na microsite. Prostřednictvím IG profilu jsme v daném období zasáhli 148 042 uživatelů, celkový počet zobrazení byl 221 788. V médiích jsme dosáhli během měsíce 45 výstupů informujících o projektu nebo o receptech. Ze závěrečného dotazníkového šetření mezi producenty vyplynulo, že 100 % z nich hodnotí projekt velmi příznivě, a stejně tak má kladnou odezvu ze strany zákazníků. Jako velké pozitivum producenti hodnotili formu provedení, kdy kampaň dokázala pokrýt potřebu ze strany spotřebitelů, na kterou by sami neměli kapacitu. Všichni by zároveň uvítali, kdyby byl projekt rozvinut i pro ostatní oblasti masné ekologické produkce v ČR.

Weblinky:

<https://www.myjsmebio.cz/inspirace-z-bio-hovezih>