
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ať tu po nás něco zůstane

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Komunikační nástroje:

III.6 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: Václav Rambousek

Firma/organizace: Ogilvy

Stručné shrnutí projektu:

Co by byl král bez království. Nejstarší královský pivovar u nás si je toho dobře vědom, a proto si vzal péči o tradice, hodnoty a jejich pokračování za své nejen doma v Krušovicích, ale v celé České republice. V otevřené výzvě se rozhodl hledat příběhy míst, které stojí za to podpořit a vdechnout jim druhý život. Spících království se v ČR podařilo najít téměř 500, jedno z nich pomůže pivovar Krušovice probudit.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním byla podpora změny vnímání značky z dlouho zavedeného „krále“ blíže k lidem a jejich vlastním „královstvím“. Zároveň bylo cílem aplikovat do kampaně dlouhodobou CSR strategii značky, která podporuje uchování hodnot a tradic pro budoucí generace. Komunikací jsme proto cílili velmi široce na všechny, kteří chtějí, aby tu po nás něco zůstalo. Díky v podstatě neomezeným bariérám cílové skupiny se na seznam chátrajících míst podařilo získat kulturní památky, skvosty architektury, ale i bývalý lázeňský komplex, hospodářské stavení, faru nebo třeba i místní kapličku.

Strategie:

Strategie projektu vykročila z dlouhodobého CSR záměru značky – péče o tradice tak, aby tu s námi zůstaly i v moderní době. CSR směr definovali nejen zástupci brandu, ale i samotný pivovar, oborové asociace, svazy a důležití stakeholderi. V kampani se proto značka Krušovice rozhodla hledat místa, která mají možná chátrající schránku, ale rozhodně ne ducha. Na jedno z nich pak čeká finanční pomoc půl milionu korun na podporu jeho obnovy. Abychom dostali povědomí o výzvě k co nejširšímu publiku, spojili jsme síly s největším českým mediálním domem Seznam.cz. Tip na místa, která stojí za to uchovat pro příští generace, mohl vznést kdokoli, kdo chce, aby tu po nás něco zůstalo. Z celkových 486 přihlášených unikátních míst ze všech koutů ČR vzešlo 12 finalistů, o kterých dál rozhodla sama veřejnost.

Nástroje a aktivity:

Širokou CS oslovila dvoufázová nativní microsite z dílny Seznam Brand Studia propojená s nejpoblábnějšími online mapami u nás. Po vzoru inspirativních reportáží redakce Seznam Zpráv mohli uživatelé na microsite a s ní propojenými Mapy.cz přišpendlit po dobu 4 týdnů místa, která by stála za to zachránit. Výsledkem byla mapa ČR posetá korunkami spících království. V druhé fázi hlasovala veřejnost pro jednoho z 12 finalistů, který získá půl milionu korun na svou obnovu. Start výzvy i průběh hlasování jsme podpořili komunikací zaměřenou na marketingová a lokální média. Tímto projekt ale nekončí. Další komunikační linkou bude komunikace proměny vítězného objektu.

Výsledky:

Obě fáze microsite měly doručit plán 125 000 garantovaných impresí. Ten však pokořila už první fáze kampaně o 37 %. Obě fáze pak překonaly 250 000 zobrazení a obsah zaujal uživatele natolik, že na microsite strávili i více než 5 minut. Projekt těžil i ze spontánní podpory soutěžících, díky kterým byla výzva sdílena jen na Facebooku 3600krát. Marketingová i lokální média navíc výzvu organicky podpořila 15 výstupy se zásahem přes 3 miliony. Tím hlavním je ale vítězné království, které už brzy pomůžeme probudit.

Weblinky:

<https://native.seznamzpravy.cz/at-tu-po-nas-neco-zustane/>, <https://native.seznamzpravy.cz/at-tu-po-nas-neco-zustane-finale/>