
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Mionetto Art Session

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PEPR Consulting s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

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: Kateřina Chalupová

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

Stručné shrnutí projektu:

Originální launch novinky, který posílil vnímání značky ve spojení s módou, designem a zároveň zdůraznil její klíčové atributy ve vztahu k cílové skupině.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kreativním způsobem představit novinku z portfolia značky, Mionetto Prosecco Party Pack ve tvaru dámské kabelky, a zaujmout média a influencery v hlavní letní sezóně, a to s ohledem na positioning značky. Cílovou skupinou byly ženy 25-55 let.

Strategie:

Vzhledem k dlouhodobému vnímání Mionetto Prosecco ve spojení s módou jsme vytypovali návrhářku dámských kabelek, Lucii Kalousovou, aby pro značku vytvořila kolekci designových kabelek. Inspirací bylo široké portfolio značky a její atributy. Důležitý byl precizní timing, spolupráce začala již v lednu, abychom maximálně vytěžili mediální prostor před hlavní sezónou. Celý průběh tvorby jsme dokumentovali pro následnou komunikaci na sociálních sítích. Kabelky jsme společně s novinkou odtajnil na kreativním eventu pro novináře a influencery.

Nástroje a aktivity:

Na začátku jsme uspořádali kreativní workshop a brainstorming nad provedením kabelek tak, aby maximálně odrážely positioning značky, klíčové atributy i její široké portfolio. Lucie následně vytvořila sérii Mionetto kabelek. Pro maximální autentičnost padla volba materiálu na originální italskou kůži. Spolupráci jsme společně s novinkou představili na kreativním eventu v uvolněné, italské atmosféře, MIONETTO ART SESSION, který odrážel elegantní styl značky. Postupným odhalením designových kabelek jsme přistoupili také k odtajnění letního hitu – Mionetto Prosecco Party Pack ve tvaru dámské kabelky. Prezentaci kabelek jsme doplnili o seznámení s kompletním portfolioem značky a degustací s ambasadorem. Klíčový byl maximální důraz na komunikaci na sítích během eventu a také následný boost mediální komunikace. PR podpora proběhla napříč médii, a to především v lifestyleových titulech formou článků, rozhovorů a produktových tipů a zaměřila se také na módní a designové magazíny.

Výsledky:

Výstupy z akce se postupně objevily ve všech předních lifestyleových titulech a také na sociálních sítích, kde jsme například jen v den konání akce zaznamenali odhadovaný dosah 215 tisíc uživatelů a více než 30 označení. Součástí komunikačního mixu byly také rozhovory a soutěže o vybrané kousky z této jedinečné kolekce. Novinka se objevila ve všech předních lifestyleových médiích, a to především v průběhu hlavní letní sezóny. Díky tomu se nám podařilo dosáhnout více než 40 mediálních výstupů ve formě produktových tipů, rozhovorů a článků.

Weblinky:

https://www.youtube.com/watch?v=WqWde6alxeM&ab_channel=PeprConsulting,