
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

První Vánoce s Hebe

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

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: Monika Pachmanová

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

Tržní prostředí s kosmetickými produkty v České republice je vysoce konkurenční v online i offline světě. Pro nové hráče nezbyvá mnoho místa. Prosadit komunikaci od nuly pro nový internetový obchod s kosmetikou Hebe znamenalo pořádnou jízdu, vždyť do Vánoc zbývalo jen 6 týdnů. Úspěšné uvedení musela otevřít působivá tisková konference pro média a influencery coby první setkání se značkou. Na místě se mohli všichni ponořit do růžové, otestovat stovky produktů nebo se vyfotit se slavnými tvářemi.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Nový internetový obchod s kosmetikou, vstupující na český trh, se chce odlišit od konkurence a zajistit si významnou a stabilní pozici na trhu. Cíl komunikace zněl jednoznačně: ukázat hlavní výhody Hebe oproti konkurenci – nové přitažlivé značky, unikátní složení produktů a pestrou nabídku. Komunikaci jsme začínali od píky. V zahraničí reprezentuje Hebe zaběhnutý kosmetický řetězec, proto jsme museli převzít některé jejich postupy, ale zároveň se přizpůsobit českým zákazníkům.

Strategie:

Spuštění nového online obchodu s kosmetikou jsme zahájili večerní tiskovou konferencí. Především šlo o to představit Hebe s jejími výhodami oproti konkurenci a zejména produkty, které nabízí. Osobní zkušenost nelze nahradit, proto jsme na místě poskytli k testování stovky novinek. Hlavní součástí strategie směřovala na media relations. Podařilo se nám zaujmout velký počet relevantních médií ještě před samotnou akcí. Nalákala je už samotná pozvánka a podrobnější informace, které jsme pro ně měli připraveny v rámci follow upu. Zainteresaná veřejnost se o vstupu na trh dozvěděla ještě tentýž večer díky intenzivní spolupráci s influencery.

Nástroje a aktivity:

Ofenzivu vůči médiím a influencerům jsme zahájili několik týdnů před tiskovkou. Jako pozvánku na akci jsme rozeslali do růžova laděný flower box z čerstvých květin, ten rozhodně vzbudil zájem a zvědavost pozvaných. Věděli jsme, že na média a influencery nejvíc zapůsobí, jak se nová značka uvede, čím tvář ji reprezentuje, jak se liší od konkurence a samozřejmě – jaké produkty nabízí. Zorganizovali jsme proto večerní tiskovou konferenci, kde si mohli hosté vyzkoušet stovky produktů a konzultovat na místě své zkušenosti se zástupci značek. Velkým lákadlem byla také moderátorka večera Daniela Písařovicová a účast potvrzených VIP jako například Beaty Rajske nebo Agáty Hanychové. Event nabídl ideální prostředí k navázání užší spolupráce s médii, pro další komunikaci zcela zásadní. Neméně důležitý nástroj reprezentují sociální sítě. Využili jsme je k ataku dalších cílových skupin a spolu s influencery jsme představili značku veřejnosti.

Výsledky:

Na zahajovací tiskovou konferenci přijalo pozvání 50 zástupců médií a influencerů. Šlo především o lifestyleová média, což také odpovídalo požadavku klienta. V návaznosti na akci jsme do začátku vánočních svátků generovali 40 článků, čímž jsme překročili o deset výstupů nastavené KPIs. Hebe se významně objevilo v takových médiích, jako jsou Novinky.cz, I dnes.cz, Proženy.cz, Blesk, Super.cz, nebo Žena a život.