

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

BOOKSTORMING bloggers

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Kateřina Valterová, Kateřina Svobodová

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.4 Digitální komunikace - sociální sítě

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 Svobodová

Firma/organizace: KNIHY DOBROVSKÝ

**Stručné shrnutí projektu:**

Komunikace a propagace knižní produkce skrze influencery je zásadní složkou marketingu naší knižní produkce i brandu KNIHY DOBROVSKÝ. Spolupracovali jsme s agenturami či napřímo s řadou velkých influencerů s dosahy ve stovkách tisíc fanoušků. V posledních letech jsme ovšem zaznamenali značně klesající efektivitu této komunikace, její výrazné zdražení a nový nástup vlny mikroinfluencerů. U těch je propagace stále uvěřitelná a efektivní za předpokladu, že jich využijete dostatečné množství. A proto vznikl projekt BOOKSTORMING bloggers. Unikátní a extrémně efektivní komunita mikroinfluencerů.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

I domluva jedné jediné kampaně s deseti influencery může být extrémně časově náročná. Musíte komunikovat s řadou silných individualit, jasně vysvětlit své cíle, domluvit formu spolupráce a výsledky kontrolovat. Jak ovšem komunikovat desítky kampaní měsíčně, stovky produktů ročně a s více než 400 mikroinfluencery? Agenturní cenovka by na podobný projekt byla skutečně vysoká. Bylo tedy nutné vytvořit náš interní prostor, který umožní efektivně komunikovat naše cíle, propojit nás s influencery a zajistit jednotnou kvalitu výstupů. A cílovou skupinou zde nejsou koneční čtenáři knih, ale právě mikroinfluenceri, kteří knihy milují a podpořit jejich identifikaci se značkou KNIHY DOBROVSKÝ.

**Strategie:**

Koncept projektu vycházel ze tří zásadních pilířů, které bylo nutné v rámci komunikace dodržet. Zaprvé exkluzivita. Není samozřejmostí, že se každý bloger či tvůrce stane součástí komunity. Musí být vybrán a splňovat naše kvalitativní nároky. Zadruhé osobní přístup. Komunikujeme naprosto otevřeně komerční témata, ale neschováváme se za značku. Je to osobní aktivita lidí, kteří stejně milují knihy jako naši mikroinfluceři. Díky tomu je projekt uvěřitelný a funkční. Třetím pilířem je edukace. Nejen, že se snažíme předávat zajímavé nabídky na knižní spolupráce, projekty či eventy, ale zároveň edukujeme naše mikroinfluencery tak, aby jejich výstupy byly uvěřitelné a hlavně férové. Řešíme ožehavá témata označováním spoluprací či kritiky knih dodaných na recenzi. To vše vytváří kvalitní vztah, který je primárně na přátelské bázi.

**Nástroje a aktivity:**

Základním nástrojem projektu je uzavřená Facebook skupina BOOKSTORMING bloggers. Ta je i hlavním komunikačním nástrojem, kde je možné předávat hromadné informace, nabídky či návrhy na speciální projekty. Jsou zde předávány i zásadní informace o nové knižní produkci. V rámci tohoto prostoru se domluví spolupráce, která již následně probíhá na osobní bázi. Skupina funguje primárně na bázi představování nových knižních titulů, navázání partnerské spolupráce při jejich představení, ale taktéž stojí na osobnějších tématech, která pomáhají udržovat vztah zemi námi a mikroinfluencery. Určitým zlatým hřebem je osobní setkání s názvem BOOKSTORMING.

**Výsledky:**

V současnosti komunita BOOKSTORMING blogger čítá téměř 500 mikroinfluencerů, kteří jsou stěžejní součástí naší komunikace. Ročně vznikají tisíce výstupů v rámci sociálních sítí, které jsou výsledkem aktivity v této komunitě.

**Weblinky:**

<https://www.facebook.com/groups/975620676264367>