

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Rakouský zážitek v České republice

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

KNOWCOMM, s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii

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: Jakub Koutek

Firma/organizace: KNOWCOMM, s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Prodejce INTERSPORT otevřel na podzim 2022 9 nových prodejen s unikátním alpským designem. Naším cílem bylo přiblížit rakouský zážitek a rodinnou atmosféru mezi zahraničními majiteli českým zákazníkům. Stěžejním úkolem byl vysoký zásah sdělení a podpora majitelů v jejich dalších byznysových plánech skrze exkluzivní rozhovory s oborovými médii.

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

Zadavatel chtěl svými sděleními oslovit širokou cílovou skupinu – českou veřejnost, potenciální zákazníky i případné partnery pro další expanzi v ČR. Důležitým krokem bylo upoutání pozornosti byznysových, ekonomických a zpravodajských médií, skrze které rakouští majitelé vůbec poprvé promluvili o budoucích plánech a novém konceptu prodeje a oslovili možné partnery. Vedle toho bylo naším cílem zajistit publicitu v lokálním měřítku, která by upozornila na otevření nové prodejny v dané lokalitě, pro kterou jsme využili dvoustupňovou komunikaci, která maximalizovala zásah našeho sdělení. Širokou veřejnost jsme upoutali díky life-stylovým rozhovorům s českými sportovci, kteří se zúčastnili tiskové konference.

**Strategie:**

Naším cílem bylo přiblížit rakouskou DNA značky a nákupní zážitek jako z alpských prodejen českým zákazníkům. Stěžejní bylo oslovit širokou veřejnost. Zároveň bylo naším úkolem podpořit majitele v jejich dalším byznysovém směřování a hledání nových partnerů. Abychom maximalizovali zásah realizovaných aktivit, oslovili jsme zákazníky i skrze lokální média a jejich sociální sítě. Na tiskové konferenci v alpském stylu pak majitelé představili nový koncept prodeje i jejich další expanzní plány. Veřejnost jsme zapojili do zábavné sportovní akce s českými sportovci, která navazovala na slavnostní otevření vlajkové prodejny v OC Westfield Chodov.

**Nástroje a aktivity:**

Jelikož jsme potřebovali zasáhnout co nejširší cílovou skupinu – bylo nutné diverzifikovat i komunikační kanály. Proto jsme komunikaci netradičně zahájili na lokální úrovni mediální spoluprací s místními zpravodajskými tituly a jejich SoMe. Na ně navazovala tisková konference k příležitosti slavnostního otevření vlajkové prodejny INTERSPORT v OC Westfield Chodov, které se zúčastnili rakouští majitelé, kteří pro česká média promluvili vůbec poprvé. Vedle plánů expanze představili i nový koncept prodeje inspirovaný alpskými prodejny, které se pyšní moderním designem s ekologickými prvky a vysokou úrovní nákupního zážitku.

**Výsledky:**

I s nízkým rozpočtem se podařilo zajistit 38 mediálních výstupů s hodnotou AVE 997 480 Kč a čteností přesahující 45 milionů. Stanovené cílové skupiny jsme oslovili skrze média a přitáhli pozornost široké veřejnosti. Díky exkluzivním rozhovorům s majiteli, jsme dokázali tyto informace dostat do českých médií ze segmentu byznysových či zpravodajských titulů - Seznamzpravy.cz, Idnes.cz, Forbes.cz nebo CzechCrunch.cz. Tím jsme s INTERSPORTEM udělali krok k tomu, aby se nakupování sportovního zboží ubíralo novým směrem. Vedle toho jsme investovali do partnerství s lokálními tituly, abychom sdělením zasáhli cílovou skupinu v lokalitě otvíraných prodejen.

**Weblinky:**

[https://youtu.be/3SVmZ0\\_BWxo](https://youtu.be/3SVmZ0_BWxo),