

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Madam Inface

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Crest Communications a.s.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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: Petra Kopecká

Firma/organizace: Crest Communications a.s.

**Stručné shrnutí projektu:**

Tváří v tvář pandemii a válce na Ukrajině rostl mezi českými občany strach z inflace. CYRRUS na to reagoval zosobněním inflace do madam Inflation Zdražilové, sympatické a zároveň bohaté postavy, která bezostyšně cupuje náš každodenní život. S pomocí známé herečky Viery Pavlíkové kampaň dala tvář abstraktnímu ekonomickému konceptu a ukázala, jak se dá proti inflaci bojovat investováním se společností CYRRUS. Kampaň upoutala pozornost veřejnosti a zvýšila povědomí o důležitosti správného investování v době nejistoty.

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

Po pandemii a vypuknutí války na Ukrajině se veřejnost začala obávat ztráty hodnoty svých úspor. Zadali jsme průzkum, který ukázal, že většina Čechů vnímá inflaci jako abstraktní pojem a zároveň se jí bojí.

Proto vznikla integrovaná kampaň, která přibližuje lidem, co je inflace a jak ovlivňuje jejich peněženky. Hlavním cílem bylo kolonizovat téma inflace ve prospěch CYRRUS, zaujmout veřejnost, vybudovat si pozici autorit na téma inflace a šířit povědomí o důležitosti správného investování v době rostoucí inflace. Cílovou skupinou byli Češi, kteří se obávají ztráty hodnoty peněz a hledají cesty, jak chránit své úspory.

**Strategie:**

Sledování vývoje inflace a příprava na její růst na dvojciferné číslo

Získat výhodu před konkurencí uchopením tématu v rané fázi jejího růstu

Rozšíření povědomí o tématu inflace skrze články a komentáře v médiích

Profilovat experty z CYRRUS jako nejvýznamnější hlasy v této problematice

Tvorba Madam Inflation Zdražilové – personifikace inflace – a reklamy s konkrétními ukázkami působení inflace

Tvorba webu tvojeinflace.cz s kalkulačkou osobní inflace a modelovými příklady, které slouží jako nástroj pro širokou veřejnost k porozumění inflaci

Následná PR kampaň a media relations

**Nástroje a aktivity:**

Průzkum a analýzy na téma osobní inflace, kreativní koncept obsahující 5 video spotů a personifikaci inflace (Viera Pavlíková), PR aktivity: TK s účastí více než 20 relevantních médií, výstupy v TV, podcastech, rozhlasu, komentáře pro ČTK, online reklama s nástroji digi mkt – SEO, PPC a SoMe pro zvýšení dosahu, landing page tvojeinflace.cz, kde si lze spočítat osobní inflaci pomocí několika otázek na životní styl

**Výsledky:**

Díky aktivnímu zapojení do diskuzí o inflaci v médiích a využitím jiných nástrojů PR se CYRRUS stal klíčovým hráčem v tématu zvyšující se inflace. Během 6 měsíců se objevili v TV k tématu inflace celkem 16x a v květnu 2022 vydali web tvojeinflace.cz s kalkulačkou osobní inflace a modelovými příklady. Celkově jsme získali k tématu 263 mediálních výstupů s celkovým GRP 369 (v peaku kampaně to bylo 184 výstupů, GRP 251) a k tématu vydali celkem 3 analýzy. Dosah videospotu 3,2M zobrazení, online kampaně 12M zobrazení/3,1M unikátních. Web TvojeInflace.cz měl peak návštěvnosti 2,4k/den a kalkulačkou prošlo 10k unikátních uživatelů. Kampaní se tak podařilo dosáhnout kolonizace tématu inflace prostřednictvím personifikace v podobě madam Inflation Zdražilové a jejího propojení s CYRRUS. Online vzniklo 355 nových účtů a 1131 poptávek na další investiční služby.

**Weblinky:**

<https://tvojeinflace.cz/>