
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Probouzení obra aneb zrychlení z nuly na sto

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

TV Nova

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business

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: Aneta Veselská

Firma/organizace: TV Nova

Stručné shrnutí projektu:

Kdo z nás před dvěma lety věděl, co je Voyo? Tenkrát skomírající videoarchiv TV Nova s pár tisíci předplatitelů. Nova přestala být kolébkou hvězd, drzým hráčem, který naučil Čechy principům komerční televize. Vznikl zde první denní seriál, sitkom, první ranní show. V desátých letech 21. století jako by ale sundala nohu z plynu, těžila hlavně ze zavedených vlajkových lodí a přinášela minimum novinek. Trh, média i diváci přestali očekávat překvapení typu Okresní přebor nebo Comeback. Čas na změnu. Majitele, strategie, komunikace. Záměrně v době, kdy ČT ohlašuje škrty a Prima zakazuje přetáčet reklamy, začala Nova hlasitě dávat najevo, že je na rozdíl od konkurence v plné síle, na straně diváků. Byl čas to vykřičet do světa. Dost nahlas na probuzení spícího obra.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V roce 2019 začala nová kapitola historie nejvýznamnější mediální skupiny u nás. Nový majitel, nové vedení, strategie s cílem znovu udělat z Novy hegemonu tuzemské audiovizí. Po letech se vrátil Michal Reitler a obnovil producentský systém. Skupina začala sebevědomě prezentovat své ambiciózní projekty a osobnosti. Primární CS byla oborová média, industry, zadavatelé reklamy, nezávislé produkce, oborové organizace, herecké a tvůrčí profese, předplatitelé i festivaly. Cílem je debulvarizace Novy, navrácení respektu a zpráva trhu, že vlastní tvorbu bereme vážně, zodpovědně, s respektem k tvůrčí svobodě a s ambicemi.

Strategie:

Po oznámení nového směru a „televizního přestupu dekády“ (M. Reitler) jsme se rozhodli změnu komunikovat skrz osobnosti a projekty. Na nich ukazujeme nový přístup Skupiny Nova. Potřebovali jsme vyslat jasný signál do industry, jaké látky poptáváme, jakým spolupracím jsme otevření.

Nástroje a aktivity:

Nechali jsme média a oborové organizace poprvé nahlédnout do naší tvůrčí dílny, představili tým kreativních producentů a jejich projekty. Akcentovali tvůrce a projekty, které by dosud na Nově čekal málokdo. Náš cílový vzkaz zní: Ti, kteří doteď tvořili pro ČT nebo kina, si teď podávají dveře na Nově. Otevřeli jsme se médiím, oborovým organizacím a opinion makerům, definovali novou programovou nabídku.

Výsledky:

Voyo má přes půl milionu uživatelů a stává se stabilní a vyhledávanou streamovací platformou v ČR a SR. Pokračujeme v upevňování pozice prostřednictvím silné komunikace jeho jednotlivých projektů i celkové koncepce. Začlenili jsme Voyo do doposud výlučně „televizního“ mediálního prostoru. Kreativním producentům vytváříme bezpečný prostor, aby své ambice a nové projekty mohli prostřednictvím médií šířit dále k industry, festivalům a především divákům. Meziročně vzrostla spontánní znalost značky Voyo ze 40 na 50 % (srov.: Netflix 56 %) a NPS u Voyo je 46 (Netflix 52). Pravidelná transparentní komunikace a souhrnné tiskové konference k připravovaným projektům za poslední dva roky změnilo vnímání Voyo u novinářů. Dříve se zdráhali o platformě informovat, nyní je Voyo a jeho projekty standardní součástí mediálního diskurzu. Seriály TV Nova se pak objevují i v médiích, kde by je dříve hledal málokdo.

Weblinky:

https://drive.google.com/drive/folders/11EWGmfflqtVpGWTLp4Sp6Y6Alu5GHRxs?usp=share_link,