
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Anamorfická iluze na Mercedes-Benz Prague Fashion Week

Klient:

Converse

Agentura / Přihlašovatel:

Friendly Friends

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Daniela Hannová

Firma/organizace: Friendly Friends

Stručné shrnutí projektu:

Converse na pražském Fashion Weeku nechal vystoupit svůj nový model bot doslova z obrazovky a ukázal tak v Praze poprvé technologii anamorfické iluze. Na lokálním eventu s pomocí moderní animace představil botu Cruise odvážným a kreativním způsobem. Obrazovka byla na akci instalovaná čtyři dny a získala si velkou pozornost médií, influencerů a návštěvníků a díky sociálním sítím i velký mediální dosah.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Na počátku byla touha představit nový model Cruise nečekaným způsobem. Zadání nepřišlo od klienta, ale z přesvědčení, že posouvat hranice známého se vyplatí, a že i Praha je prostor, který to ocení. Converse dlouhodobě podporuje místní umělce skrze tvorbu murálů. Chtěli jsme udržet čitelnou komunikaci značky, ale zakomponovat moderní technologii, která se v Čechách zatím nevyzkoušela, a dostat globálnímu heslu Converse Create Next. Hlavní hvězdou se stal odvážný model Cruise. Na první pohled nejde o rozpoznatelný Converse styl, takže cílem bylo botu zvětšit, aby vynikl legendární kulatý štítek. Cílovou skupinou byli Gen Z a fanoušci módních trendů. Chtěli jsme je překvapit a získat si jejich pozornost, která je každodenní konzumací novinek znuděná. Animace s efektem 3D měla za cíl přitáhnout zájem médií, a to i těch se širším lifestyleovým záběrem.

Strategie:

Pro toto propojení módy a technologií se ukázala zásadní lokalita včetně větší koncentrace lidí se silnými sociálními sítěmi, kteří by znásobili mediální viditelnost projektu. Pražský Fashion Week se ukázal jako ten nejlepší partner. Obrazovka byla nainstalována hned u vstupu a návštěvník akce ji nemohl přehlédnout. Naší podmínkou byla spolupráce s lokálním umělcem, která měla nabídnout silný příběh autora žijícího v Praze. Zvolili jsme v místním prostředí méně známého, ale světově již uznávaného ilustrátora Mikyho Němčeka. Ten získal možnost v Praze představit svoje 3D animace.

Nástroje a aktivity:

V rámci teaser části jsme pozvali vybranou selekci novinářů a influencerů na zahájení pražského fashion weeku, který měl odhalit i instalaci. Zajistili jsme influencera, který z akce tvořil obsah na český Instagram Converse. Během slavnostního odhalení jsme vytvořili video a fotografie, materiál pro média, který se následující den poskytl ke sdílení. Podvečerní akce, která byla sladěná barevně do tonality animace (drinky, bannery, DJ), časově seděla do zahájení samotného fashion weeku.

Výsledky:

Projekt hodnotíme jako velmi úspěšný. Značka Converse na českém trhu nedisponuje velkým mediálním rozpočtem, proto měla inovace fungovat jako nástroj pro získání větší mediální pozornosti i zájmu cílovky. Kromě ohlasů médií a velkého dosahu na sociálních sítích je znatelný posun vnímání značky a její pozice na českém trhu. Potvrdilo se, že moderní technologie nabízí pro místní trh velký potenciál. Z akce bylo 250 výstupů na sociálních sítích s dosahem 3 342 262. V následujících měsících v médiích vyšlo 25 výstupů a to i v těch, kde běžně Converse nefiguruje. Miky Němeček byl nominován do prestižní ankety Esquire Man v kategorii Digital a média.