

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Opráskí sčeskí historje vyhledávání

Klient:

Google Česká republika

Agentura / Přihlašovatel:

Havas PR a Google Česká republika

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

Komunikační nástroje:

III.4 Sociální sítě

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,  
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

### Kontaktní osoba:

Jméno: Lucie Strnadová

Firma/organizace: Havas PR

**Stručné shrnutí projektu:**

Google již přes dekádu každoročně zveřejňuje nejvyhledávanější výrazy za uplynulý rok. Jde proto již o trochu předvídatelnou, monotónní událost. Navíc si novináři živelně hledají k článkům obrázky podle pojmů, které se v žebříčcích umístí. Publicitě některých ročníků tak vévodily fotografie pochybných celebrit nebo kontroverzních kauz, s nimiž firma svůj kvalitní produkt spojovat nechce. V roce 2023 jsme se proto rozhodli jít naproti kvalitnějšímu vizuálu žebříčků. Originální ilustrace zajistily pozornost širokého spektra tradičních médií a přitáhly nové cílové skupiny a publikum sociálních sítí. Spojili jsme se s oceňovaným umělcem Jindřichem Janíčkem a na poměry obřích korporací celkem odvážně i s kreslířem Oprásků sčeskí historje. Umělci si sami vybrali pojmy a vytvořili z nich unikátní ilustrace během jediného týdne, což je nejdelší časový úsek, který si firma může dovolit tak, aby žebříčky byly v době publikace stále aktuální.

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

Cílem projektu bylo inovovat klasický formát každoročního vyhlášení výsledků vyhledávání, přitáhnout pozornost dalších cílových skupin a přispět ke zkvalitnění publicity vizuály, nad nimiž bude mít firma kontrolu. Bylo potřeba identifikovat umělce, kteří jsou jednak ochotni spojit se s americkou korporací, zároveň mají na kontě ocenění a na sociálních sítích velký počet sledujících. Limitujícím faktorem byl také schvalovací řetězec globální firmy. Český humor je takřka nemožné vysvětlit za oceánem. Cílem projektu bylo také využít reach umělců k propagaci Vyhledávání na sociálních sítích a upevnit vztahy s klíčovými novináři a tvůrci.

**Strategie:**

Po analýze české ilustrátorské scény jsme navázali spolupráci s kreslířem Oprásků sčeskí historje zejména kvůli osobitému humoru, vazbě na "historická data" a širokému okruhu sledujících napříč sítěmi (FB, IG, X, TT). Jindřich Janíček je zase držitelem ocenění Ilustrátor roku, což se dalo v publicitě využít v vazbě na "trendy roku". Společně s Oprásků jsme připravili týdenní seriál a publikační plán na sociálních sítích. Příspěvky pak přejímala oficiální FB stránka Googlu CZ. Ilustrace Jindřicha Janíčka se staly součástí press packu. Vybraným novinářům a influencerům jsme zaslali výběrové pralinky v obalu s ilustrací Jindřicha Janíčka. Řada novinářů a influencerů se jimi pochlubila na sítích.

**Nástroje a aktivity:**

TZ s žebříčky a press packem obsahujícím ilustrace  
Kreativní rozesílka pralinek v obalu s ilustrací Jindřicha Janíčka  
Seriál ilustrací na profilu Oprásků sčeskí historje na FB, IG, X a TT, reposty na FB profilu Google CZ

**Výsledky:**

41 výstupů v tradičních médiích s odhadovaným dosahem titulků 2.4M (ČTK, Evropa 2, HN, iDnes.cz, Lidovky, CNN Prima news, CzechCrunch a další), 15 médií převzalo ilustrace  
FB Google CZ s celkovým dosahem 251 172, 30 sdílení, 2 888 reakcí  
IG Oprásků s celkovým dosahem 76 110, 4 615 reakcí  
FB Oprásků s celkovým dosahem 144 577, 2 286 reakcí  
X Oprásků: 22 402 zobrazení, 431 likes