
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

VYPROŠTĚNÍ 2: PRVNÍ NETFLIX PREMIÉRA V ČECHÁCH

Klient:

Netflix

Agentura / Přihlašovatel:

MSL GROUP Czech Republic

Spolupracující agentura / subjekt:

Publicis Groupe Czech Republic

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Michaela Chrpová

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

Netflix se po téměř čtyřech letech na českém trhu rozhoupal a rozhodl se v Praze uspořádat velkolepou premiéru akčního thráku Vyroštění 2 s Chrisem Hemsworthem v hlavní roli. Jak zařídit, aby o akci i o filmu všichni věděli? Jak docílit nejlepšího výsledku u recenzentů v Evropě? Pracovat s komunitami na klíč, hledat českou stopu i relevanci v lokálním filmovém průmyslu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem bylo zajistit, aby historicky první český event ovládl všechna média. Cílili jsme na masu i jednotlivé komunity (20 mio kumulativní reach v masových médiích, 90 % zásah u recenzentů). Významnou část hrála čes. kulturní scéna a recenzenti. Jednalo již o 2. díl akčního filmu, což není zrovna žánr atraktivní pro média. Proto jsme pečlivě poskytovali informace a dávali přednostní přístupy k hercům, režisérovi a dalším, abychom potlačili negativní recenze, že se jedná o další béčko z dílny Netflixu. I když byl v hlavní roli Chris Hemsworth! Ten dal naší v práci váhu v interview pro ČT, kde ukázal, že i Česko je pro Netflix důležité.

Strategie:

Chtěli jsme posílit pozici Netflixu na našem trhu, upozornit na investice společnosti a její přínos pro Česko. Namíchali jsme mix kom. aktivit, abychom zasáhli co nejširší cílovku. Pozvali jsme média zaměřená na entertainment, lifestyle i zpravodajství. Důraz jsme kladli na českou stopu a to, že se film z velké části točil v ČR. Recenzenti museli mít všechny informace. Bylo potřeba vybrat vhodnou moderátorku, zajistit rozhovor s režisérem filmu, pozvat celebrity, influencersy a nalákat je, aby bez nároku na honorář udělali z promítání TOP událost v roce.

Nástroje a aktivity:

Film jsme rozebrali na malé součástky od skladby, příběhu, interpretů, inspirace, reálií i fun facts po ekonomickou stránku a příslib Netflixu v ČR investovat. Před premiérou Netflix uspořádal individ. hloubkové debaty s předními českými trendsettery a KOL, kteří nám dali zajímavý pohled na Netflix u nás. I to přesvědčilo značku, že musíme přinést do ČR něco extra. Uspořádali jsme speciální kulaté stoly s režisérem i 1-1 na kameru, aby se čeští novináři dostali co nejlíže. Práce s hollywoodskou star byla samostatnou kapitolou: Kdo z vás ví, co je to groomer?

Výsledky:

Na premiéru dorazilo 36 novinářů, 20 celebrit bez nároku na honorář. Objevily se tradičních celebrity, herci, zpěváci i influenceri. Titul Vyroštění 2 se objevil v TV, v podcastech, v recenzích, v článcích o natáčení v ČR, ekonomických týdenících, v kulturních přehledech, v lifestyle, v bulváru i u influencerů na IG. Přes 60 tailormade článků, přes 20mio reach, více jak 100 zmínek na SoMe bez podpory. Úspěch přesvědčil značku, že musí pracovat s komunitou. Titul nebyl ohlášený blockbuster, ale zadařilo se mravenčí práci s recenzenty dosáhnout průměrně 82 % kladně přijatých recenzí, což bylo TOP číslo celé Evropy.