
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Uvedení prvního Starbucks Reserve Store ve střední Evropě

Klient:

Starbucks Česká republika

Agentura / Přihlašovatel:

Digital First Marketing Group

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Petra Kymličková, Account manager, Digital First Marketing

Group

Monika Fialová, Event Coordinator, Digital First Marketing

Group

Peter Košťány, Event Manager, Digital First Marketing Group

Denisa Danišová, Event Manager, Digital First Marketing Group

Daria Gross, Content specialist, Digital First Marketing Group

Ondřej Chalupa, Photographer, Digital First Marketing Group

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události, III.5 Influencer marketing

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Martina Kobližková

Firma/organizace: Digital First Marketing Group s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Ve spolupráci Starbucks a DFMG vznikl jedinečný soukromý event, který ve svém důsledku dokázal dostat do povědomí koncept Starbucks Reserve Store a jeho první pobočku ve střední Evropě otevřenou v Praze. Netradičně zvolený program akce motivoval všech 27 zúčastněných influencerů k tomu, aby o akci informovali na svých sociálních sítích. Díky tomu jsme zdarma získali mediální výstupy v hodnotě přibližně 1 000 000 Kč.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Starbucks Reserve Store má za úkol překvapovat. Designem, atmosférou, a především tím, že se mnohem více zaměřuje na přípravu kávy a kávových zrn, na jejich původ a příběh. Proto se cílovou skupinou naší komunikace stali lidé, kteří mají touhu objevovat tajemství kávy, kteří se chtějí nechat překvapovat a kteří nejsou tak vyhranění, aby měli třeba jen jednu svoji oblíbenou pražírnu. Naším úkolem bylo představit zážitek ze Starbucks Reserve Store a odlišit ho od klasických kaváren Starbucks. I když koncept v Česku zatím nikdo neznal, dorazilo 26 pozvaných influencerů s vysokými autentickými dosahy, kteří byli připraveni své dojmy zprostředkovat svým followerům.

Strategie:

V čem je Starbucks Reserve Store jiný než klasický Starbucks? Zcela odlišné menu a nabídka, degustace s Coffee Masterem, výběrová zrnková káva či možnost přípravy kávy pomocí speciálních metod. Event se konal přímo v prostorách kavárny, s moderátorkou Nikol Moravcovou a živou hudbou, kterou zajistil saxofonista JMSAX. Hlavním motivem se stalo právě překvapení. Na akci si mohli influenceři vyzkoušet několik možností „hraní“ s kávou – od malování přes výrobu svíčky či kaligrafii až po věštbu z kávové sedliny. Měli také možnost být mezi prvními, kdo ochutnají nové menu.

Nástroje a aktivity:

Náš event nebyl jen o nové kavárně a kávě, ale také o životním stylu cílové skupiny. I to byl důvod, proč jsme se rozhodli hned pro několik interaktivních workshopů. Influenceři tak dostali spoustu příležitostí vytvořit vlastní obsah a se vším se pochlubit kdekoli v krásném prostoru Reserve Storu či ve speciálním fotokoutku. Zároveň jsme jim nechali zcela volnou ruku v tom, co budou chtít sami sdílet na své sociální síti.

Výsledky:

Event předčil naše očekávání. Fanouškovská základna všech zapojených influencerů čítá dohromady 2 866 000 followerů. Díky tomu jsme dosáhli influencerskými výstupy přibližně 860 000 kumulovaný reach. Předělením těchto 77 výstupů jsme navíc nasbírali dalších 900 000 impresí na našem kanálu. Kdybychom za spolupráci s influencery v tomto rozsahu platili, stálo by nás to přibližně 1 000 000 Kč. Což se při nízké produkční ceně eventu rozhodně vyplatilo.

Především jsme ale otevřeli jediný Starbucks Reserve Store ve střední Evropě a ukázali široké skupině sledujících našich influencerů o čem takový zážitek je. O kávě. A taky o tom, umět se nechat překvapit.

Weblinky:

<https://www.starbuckscoffee.cz/cz/starbucks-reserve>