
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

#LetUsCook aneb důvtipem pro divácký rekord

Klient:

SK Slavia Praha

Agentura / Přihlašovatel:

SK Slavia Praha

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Jakub Splavec

Firma/organizace: SK Slavia Praha

Stručné shrnutí projektu:

#LetUsCook. Umbrella claim, který prostoupil on-line sférou, out-door reklamou i tradičními médii. Insight bořící předsudky pomocí důvtipu. Myšlenka, kterou si za svou vzaly samy fotbalistky a pomohly nám vytvořit nadčasovou kampaň s organickým šířením po celé zemi. Společně jsme Česku ukázali, že ženy do fotbalu právoplatně patří, předvádí parádní show a už potřetí v řadě dokážou uvařit „double“. To vše před zraky pro ligu rekordních 6 216 fanoušků.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Přinést do komunikace ženského fotbalu svěží vítr a kampaň, která reálně přiláká diváky na stadion. Uspořádat velkolepou podívanou při pražském ženském derby hraném na hlavním stadionu v Edenu. Překonat ligový divácký rekord na českou ženskou ligu. Zároveň přitáhnout pozornost k ženskému fotbalu jako rovnocennému a stejně atraktivnímu produktu jakým je ten mužský. Oslovit pravidelné i nové návštěvníky fotbalových utkání v Česku.

Strategie a kreativa:

Kreativní linka #LetUsCook odkazuje na pojem, který se na sociálních sítích a v současné sportovní komunikaci etabloval jako symbol pro excelenci. Zároveň je to pozitivní výzva k tomu ukázat své dovednosti a schopnosti. Zkrátka pokud někdo „uvařil“, znamená to, že se mu podařilo danou aktivitu zvládnout bravurně. Získal za ni maximální uznání. Což ostatně dokazují i naše hráčky a celý klub, který „vaří“ úspěchy na poli ženského sportu už pěknou řádku let. Ať už jde o ligu, pohár, Ligu mistrů nebo národní reprezentace.

Naše fotbalistky jsou osobnostmi a hvězdami svého řemesla. Například v Premier League nebo Bundeslige, kde jde posilování značky ženského týmu ruku v ruce s tím mužským a celkovou komunikací klubu, jsou tyto kampaně zcela běžné. V Česku byly holky leckterými ignoranty tak dlouho posílány k plotně, až se výkony na hřišti „provařily“ na vrchol. K mistrovským dublům, Lize mistrů a zápasům na hlavním stadionu. Před tisíci fanoušky. Tedy jsme je nechali „vařit“ dál. Slogan #LetUsCook důvtipem vykročil z konzervativní bubliny komunikace ženského fotbalu a dle výsledků to byla cesta správným směrem.

Nástroje a aktivity:

Ženský tým se pro nápad nadchl a s chutí se zapojily všechny hráčky. I díky tomu jsme společně s nimi vytvořili první kampaň, která mužský a ženský fotbal neporovnává, ale minimálně komunikačně je staví na stejnou úroveň. Outdoor, on-line, sociální sítě, rádio i media relations. #LetUsCook bylo první kampaní na ženský fotbal, která prostoupila celým světem PR a marketingu, a tedy i celým veřejným prostorem v České republice.

Výsledky:

Úžasný zápasový den v Edenu plný nápaditého doprovodného programu a vítězné pražské derby si ve výsledku užilo pro ligu rekordních 6 216 diváků. Tento divácký rekord se zrodil i díky tomu, že jsme skrze kampaň #LetUsCook důvtipem propíchli ustálenou bublinu, že ženský fotbal není atraktivní. Celé kreativní snažení kampaně #LetUsCook podtrhl i výsledek a předvedená hra, kdy slávisťky přehrály sparťanky 4:1 a téměř po celé utkání bouřila celá Fortuna Arena.

Weblinky:

https://www.dropbox.com/scl/fi/ic7135etde2h8f67pzrsh/klip_letuscook_d3.mov?rlkey=gd1esoy5vy75x2h3h5k6f3jyt&e=2&st=n24za262&dl=0,
<https://www.dropbox.com/scl/fi/xu1vusf05av9ip3ut5490/MATCHDAY-DERBY-ZENY-v1.mp4?rlkey=6p90h3cb0o58wer020cq7sqxj&e=1&st=gutfipdt&dl=0>,
<https://drive.google.com/drive/folders/1-5KdjH3FSUn6fi7IbLRmdcCPjnJu8Pye>