
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

TAK URČITĚ! - kampaň podporující pozitivní hodnoty ve sportu

Klient:

Kaufland

Agentura / Přihlašovatel:

Red elephant s.ro.

Spolupracující agentura / subjekt:

Česká televize, Český svaz ledního hokeje

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.6

Budování vztahů s médii, I.7 Informační a osvětové kampaně

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 Pechmanová

Firma/organizace: Red elephant s.ro.

Stručné shrnutí projektu:

Sport nejsou jen „Branky, body, vteřiny“. Jde o komplexní činnost, která vyžaduje i sdílení určitých morálních hodnot. Loňská kampaň Tak určitě! takové hodnoty propagovala prostřednictvím čtyř mini-příběhů, kterým dalo podobu kreativní trio Kolečko, Skórka, Strejc (známé mj. autorstvím seriálu Lajna). Ve výsledku se stala bezesporu nejsledovanější CSR kampaní roku 2024, jednotlivé spoty se několikrát dostaly mezi TOP 10 nejsledovanějších pořadů ve všech TV stanicích.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Primárním cílem bylo oslovit mladé sportovce a jejich rodiče, sekundárním pak posílit brand Kauflandu jako klíčového partnera českého hokeje. Úkolem Red Elephant (RE) bylo najít neefektivnější cestu, jak sdělení dostat k rozdílným cílovým skupinám – tedy zajistit vysílání, mediální a PR podporu a zapojení důvěryhodných organizací a osobností, které kampaň podpoří.

Strategie a kreativa:**Hlavní směry:****a) Vysílatel a timing**

RE vyjednalo odvysílání na několika kanálech ČT (ČT sport, ČT D), které skvěle zasáhly cílové skupiny. ČT nasazovala spoty jako samostatné pořady mimo reklamní bloky. Kampaň běžela během play off Extraligy a MS v hokeji, kdy byl zájem o hokej extrémně vysoký.

b) Podpora institucí a osobností

RE zajistil podporu Českého svazu ledního hokeje včetně osobností jako Milan Hnilička a aktivní hokejisté. Klíčová byla i spolupráce s ČT sport – moderátor a expert Robert Záruba se spolupodílel na podobě spotů. Do kampaně se zapojil i hlavní partner Kaufland jako dlouhodobý podporovatel českého hokeje.

c) Mediální podpora

Medializace se zaměřila nejen na samotnou kampaň (sportovní a marketingová média), ale i na osobnosti tvůrců (bulvární média) a obecnější téma prostředí mládežnického sportu.

Nástroje a aktivity:

Před tiskovou konferencí se podařilo na soc. sítích a v bulvárních médiích spojit kampaň s možným pokračováním kultovního seriálu Lajna. Následnou tiskovou konferencí pokrývala ČTK, ČT, Sport, MF Dnes, marketingová média atp.). Na sociálních sítích sdíleli posty z dílny RE ČT, Kaufland, ČSLH i hokejové osobnosti a jejich fanoušci.

Výsledky:

Během dvou měsíců sledovalo kampaň na kanálech ČT celkem 15,5 milionu diváků (unikátní zásah 4,2 milionu). V některých dnech se spoty dostaly mezi TOP 10 nejsledovanějších pořadů dne. Na sociálních sítích měly miliony zhlédnutí, s jednotlivými dosahy až 200 tis. účtů. Díky úspěchu kampaně se tvůrci rozhodli pro její pokračování. Nové příběhy uvidí diváci ČT už letos na jaře a objeví se v nich jeden z nejvýraznějších českých režisérů spolu s reprezentačním hokejovým obráncem.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Tisková konference se odehrála v hotelu Stages (u O2 areny), kde se brzy nato konalo MS v hokeji. Vystoupili na ní všichni klíčoví stakeholderi kampaně a českého hokeje - ČSLH, ČT, Kauflandu i tvůrci kampaně. Program moderoval Robert Záruba, hudební doprovod zajistil zpěvák Marcell, autor hudby ke spotům. Mediální výstupy měly celkovou hodnotu AVE 7.744.115 Kč.

Weblinky:

<https://www.takurcite.cz>, <https://www.takurcite.cz/1-tema>, <https://www.takurcite.cz/2-tema>, <https://www.takurcite.cz/3-tema>, <https://www.takurcite.cz/4-tema>, <https://www.extra.cz/chysta-se-lajna-4-a-s-milanem-hnilickou--6793b>, <https://www.ceskatelevize.cz/vse-o-ct/pro-media/tak-urcite-nova-kampan-na-obrazovkach-ceske-televize-propaguje-pozitivni-hodnoty-ve-sportu/>, <https://www.mediaguru.cz/clanky/2024/06/kampan-tak-urcite-se-zaradila-k-nejsledovanejsim-poradum/>, <https://www.mediar.cz/galerie-reklamy/tak-urcite-parta-z-lajny-vytvorila-pro-kaufland-spoty-k-hokeji-pobezi-na-ct/>, <https://www.mam.cz/novinky/kreativita-a-kampane/kampane/2024-04/hokejova-kampan-jak-ji-neznate-tak-urcite-rikaji-kaufland-ct-a-cesky-hokej/>