
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

První solární kniha - Český soběstačný dům

Klient:

Český soběstačný dům z.s.

Agentura / Přihlašovatel:

MARK BBDO

Spolupracující agentura / subjekt:

Český soběstačný dům z.s.

Individuální kredity:

Pavel Podruh, Autor a vydavatel, Český soběstačný dům z.s.

Martin Mareš, Creative Director, MARK BBDO

Lucie Štorková, Art Director, MARK BBDO

Jan Urbánek, Sazba, MARK BBDO

Marie Kulková, Account Manager, MARK BBDO

Josef Bábík, Jazyková korektura, Český soběstačný dům z.s.

Jakub Belšán, Cover foto, Photoarchitekt.cz

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Pavel Podruh

Firma/organizace: Český soběstačný dům z.s.

Stručné shrnutí projektu:

Kniha Český soběstačný dům: Výprava za možnostmi šetrnějšího života jde po stopách stejnojmenného, mezinárodně oceňovaného projektu unikátního domu, který vznikl posledních 8 let v Česku na místě, kam nevedou žádné inženýrské sítě. Část nákladu této knihy byla v Českém soběstačném domě dokonce vytisknuta - jedná se tak o světové první knihu vytištěnou jen a pouze elektřinou ze slunce. V publikaci čtenář nalezne inspirativní rozhovory s výjimečnými lidmi, kteří se snaží ve svých domovech žít co nejvíce hospodárně a šetrně, kompletní příběh a technicko-stavební detaily Českého soběstačného domu a filozofický rozcestník pro všechny, kdo přemýšlí, plánují či už jsou definitivně rozhodnutí jít cestou úspornějšího bydlení.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Projekt Český soběstačný dům má od svého vzniku strategii nulového rozpočtu na reklamu/kampaně. Veškeré peníze projekt vkládá do vývoje, tvorby obsahu. Dlouhodobě spoléháme na silný příběh a z něho organicky plynoucí PR. To se týká i vydání naší knihy, kterou nyní přihlašujeme. Já (Pavel Podruh) jsem knihu psal vlastním životem 8 let s honorářem 0 Kč, samotná kniha i dům vznikl díky práci dobrovolníků. Naším cílem je od roku 2016 vším co děláme pomáhat v ČR zvýšit počet budov v různé míře energetické soběstačnosti a obecně šetrný mindset - bez greenwashingu a bez emoční agitace.

Strategie a kreativa:

Naše strategie bylo primárně roky budovat kolem projektu a knihy natolik silný, lidský a upřímný příběh, abychom nemuseli utrácet ani korunu za paid media či reklamu. Tato strategie dlouhodobě vychází a odráží se ve výrazném mediálním pokrytí našich aktivit. Sekundárně se věnujeme budování komunity na sociálních sítích (FB = 22.000 fanoušků, IG = 11.300 followerů) a v newsletteru (35.000 odběratelů). Kumulativní zásah našich aktivit na sociálních sítích se blíží 3 milionům lidí. Kniha Český soběstačný dům je světově unikátním, praktickým manuálem udržitelnějšího bydlení.

Nástroje a aktivity:

Bylo vlastně naprosto logické i část knih vytisknout přímo off-grid v Českém soběstačném domě - jako symbol síly slunce a obnovitelných zdrojů. Tomu odpovídá i lehký a vzdušný design samotné knihy. Všechny 3300 kusů prvního vydání knihy je vyprodáno a chystáme dotisk dalších 3000 ks (to by z knihy zařadilo do kategorie bestseller). Doposud jsme v rámci naší strategie skutečně neutratili ani korunu na samotnou kampaň - úspěch knihy zajistilo mediální pokrytí, síť našich fanoušků a řízený word of mouth spolu s bezplatnou spoluprací s influencery. Knihu nyní překládáme a chystáme se jí uvést na světový trh -> udržitelné know-how z Česka do celého světa.

Výsledky:

Kniha naprosto předčila naše očekávání - je téměř vyprodána, poptávka je stále velká a chystáme další vlnu dotisku. Hlavní metrikou úspěchu je prodejnost jako signál, že si našeho obsahu někdo váží natolik, že je ochoten za něj zaplatit. Jelikož jsme neutratili ani korunu za propagaci knihy, jiné metriky úspěšnosti vlastně nesledujeme, respektive nemáme rozpočet na sofistikovaný mediální monitoring.

Weblinky:

<https://www.csdum.cz/kniha-cesky-sobestacny-dum.html>