

---

## PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Vyspi se na to!

Klient:

Samsung Electronics Czech and Slovak, s.r.o.

Agentura / Přihlašovatel:

TAKTIQ Communications s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Cheil Czech and Slovakia

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Ondřej Mádle

Firma/organizace: Taktiq Communications s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Vyspi se na to! je populárně naučný projekt Samsungu, který zábavnou formou edukuje veřejnost o významu kvalitního spánku a propojuje vědecké poznatky s moderními technologiemi. Výzvou bylo přetavit složitá odborná témata do krátkých, atraktivních lekcí, které by oslovily široké publikum napříč věkovými skupinami a zároveň podpořily vnímání značky i prodej chytrých hodinek. Díky promyšlenému spojení Petra Ludwiga, jakožto garanta, a dalších expertů, influencerů, sociálních médií, e-shopu samsung.cz společně s interaktivními formáty se podařilo naplnit cíle kampaně a oslovit miliony uživatelů v Česku i na Slovensku.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Cílem kampaně bylo zvýšit povědomí o důležitosti spánku, edukovat veřejnost skrze odborníky a ukázat, jak mohou technologie spánek zlepšit. Obchodním cílem bylo přivést návštěvníky na web, motivovat je k registraci a podpořit prodej Galaxy Watch. Výzvou bylo zpracovat vědecký obsah srozumitelně a atraktivně i pro sociální sítě. Zaměřili jsme se na mladé lidi, rodiče a pracující, kteří touží po rovnováze, ale nevědí, jak začít. Insight: Lidé chtějí spát lépe, ale chybí jim nástroje a vedení.

**Strategie a kreativa:**

Jako ústřední bod kampaně jsme zvolili edukativní web, na který směřovala veškerá komunikace – od PR článků přes bannery až po příspěvky na sociálních sítích. Právě zde jsme publikovali dvanáct tematicky zaměřených videolekcí s renomovanými odborníky, které reflektovaly různorodé potřeby studentů, mladých rodičů i pracujících profesionálů. Zkušenosti z prvního ročníku kampaně v roce 2022 nám pomohly zpřesnit dramaturgii i formát – každá lekce trvala 6–10 minut a byla doplněna atraktivními animovanými body a stručným shrnutím klíčových poznatků umístěných pod videem. Pro maximální efektivitu v digitálním prostředí jsme videa adaptovali i do zkrácených formátů vhodných pro sociální sítě, s důrazem na srozumitelnost, vizuální přitažlivost a sdílení.

**Nástroje a aktivity:**

Kampaň kombinovala originální videoobsah, silný mediální zásah a digitální distribuci. Hlavním formátem byly videolekce s odborníky na spánek, biohacking a zdravý životní styl. Distribuce probíhala přes:

- PR články a advertorialy (Forbes, Refresher, Echo24)
- SoMe (reels, stories, carousel)
- Influencery (P. Ludwig, H. Medřický atd.)
- E-maily, newslettery
- Bannerovou kampaň, promo v kanálech Samsungu

Registrací získal uživatel 10% slevu a možnost vyhrát Galaxy Watch. Tento jednoduchý mechanismus podpořil zapojení i prodej.

**Výsledky:**

Kampaň běžela od 25. října do 2. prosince 2024. Výsledkem bylo 119 mediálních výstupů s dosahem přes 8 milionů lidí. Napříč oběma zeměmi silně zafungovaly PR články, influencer marketing i spánkový kvíz, který návštěvníky webu odkazoval na relevantní lekce podle jeho výsledků. Kampaň překonala cíle a potvrdila, že spojení edukace, technologií a motivace může oslovit široké publikum.

**Weblinky:**

<https://www.samsung.com/cz/vyspi-se-na-to/>, <https://www.samsung.com/sk/vyspi-sa-na-to/>,  
<https://www.samsung.com/cz/vyspi-se-na-to/5-spanek-a-suplementy/>, <https://magazin.aktualne.cz/kviz-spanek/r~a2b458bcacaa11ef9af20cc47ab5f122/>,  
<https://refresher.cz/170176-KVIZ-Co-je-syndrom-explodujici-hlavy-Zjisti-co-vis-o-spanku>