
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Luxury Travel Report 2024 by EliteVoyage

Klient:

EliteVoyage

Agentura / Přihlašovatel:

Writo

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Petr Udavský, CEO & Co-owner, EliteVoyage

Štěpán Borovec, Operations Director, EliteVoyage

Stephen Bailey, Marketing Director, EliteVoyage

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 Firemní publikace - jednorázové

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Jan Záluský

Firma/organizace: Writo

Stručné shrnutí projektu:

Luxury Travel Report 2024 by EliteVoyage je druhý ročník unikátního průzkumu, který na základě reálných clientských dat nabízí detailní pohled na cestovní zvyklosti a chování nejbohatších lidí v Česku a světové high-end klientely. Klíčovým posláním reportu bylo poskytnout autentický a sofistikovaný obraz high-end dovolené. Report pomohl ukázat, že o luxusu se dá mluvit s noblesou a bez bulvárních zkratk.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cestovní kancelář EliteVoyage (EV), z jejichž dat jsme vycházeli, se dlouhodobě profiluje jako tuzemský expert na high-end cestování. Primárním cílem druhého ročníku Luxury Travel Reportu bylo upevnění pozice EV jako lídra v oblasti luxusního cestování na českém trhu. Dalším cílem bylo zvýšení povědomí o trendech a možnostech high-end cestování mezi ekonomicky silnou populací. Neméně důležitým cílem byla edukace veřejnosti v oblasti udržitelnosti luxusního turismu, jeho výzev a možných řešení.

Strategie a kreativa:

Na 48 stranách reportu jsme zachytili svět high-end cestování z mnoha úhlů. Oproti prvnímu ročníku jsme zahrnuli řadu dalších dat týkajících se preferencí klientů EV. Rozšířili jsme část věnovanou globálním trendům a výrazně posílili kapitolu o udržitelných dovolených. Klíčovou roli hraje také grafické zpracování, u kterého jsme tentokrát vsadili na AI ilustrace. Během tvorby se ukázalo, že i přesně cílený prompt vytvoří sice efektní motiv, ale bez potřebných detailů. Za řadou obrázků je tak zákulisní příběh ručního domalování motivu tak, aby splnil naše očekávání. Zde patří velký dík spolupracujícímu grafikovi.

Nástroje a aktivity:

Hlavním nástrojem byl samotný Luxury Travel Report, který jsme spolu s tiskovou zprávou představili na setkání s novináři v pražském hotelu Four Seasons. Výsledky reportu EV dále sdílela se svými klienty a obchodními partnery prostřednictvím firemního newsletteru EV (open rate 76 procent) a profesní sítě LinkedIn. Klíčové bylo i oslovování vybraných novinářů a diskuze, která data by pro ně mohla být z reportu zajímavá. Náklady na zpracování obsahu reportu byly součástí paušální PR spolupráce s EV, celkově je odhadujeme na 80 000 Kč. Grafické zpracování stálo 30 000 Kč, jazyková korektura reportu a tiskové zprávy 3 000 Kč. Samotná propagace reportu, včetně setkání s médii v hotelu Four Seasons, vyšla na 20 000 korun.

Výsledky:

U letošního ročníku reportu jsme násobně zvýšili dosah. Zatímco loni si informace z reportu přečetlo do tří měsíců od jeho publikace 146 395 lidí, letos to bylo 2 599 909 lidí (zdroj: Mediaboard). Celkově vzniklo osm výstupů, mimo jiné v HN, na webových verzích Forbesu, Euro, Hrotu či Novinky.cz. Výrazně vzrostl i ukazatel GRP, zatímco loni to bylo 1,63, letošní medializace reportu dosáhla 28,84 GRP. EliteVoyage je členem řady prestižních hotelových klubů. Tato členství se zpravidla získávají na pozvání a jejich podmínkou je prestiž a stabilita cestovní kanceláře. Jsme přesvědčeni, že pravidelná publikace reportu přispěla k tomu, že se EV letos stala členem klubu Mandarin Oriental.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Výsledky medializace reportu v předchozí odpovědi.

Weblinky:

https://issuu.com/elitevoyage/docs/luxury_travel_report_by_elitevoyage