
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Pasta bunda

Klient:

Tipsport

Agentura / Přihlašovatel:

Tipsport

Spolupracující agentura / subjekt:

Tkmedia

Individuální kredity:

Michal Kramer, vedoucí marketingové komunikace, Tipsport

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.9 Zábava, kultura a sport

Komunikační nástroje:

III.5 Influencer marketing

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Václav Sochor

Firma/organizace: Tipsport

Stručné shrnutí projektu:

TipSPORT k domácímu MS v hokeji spustil svou vůbec první kampaň založenou na influencerech. Využil k tomu největší osobnosti českého sportu i hvězdy sociálních sítí. Ústřední postavou je nejlepší český hokejista současnosti David „Pasta“ Pastrňák. A jeho nová bunda, která se stala nejexkluzivnějším fanouškovským artiklem šampionátu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V TipSportu jsme vnímali, že nejmladší část dospělé populace zůstává mimo zásah našich marketingových kampaní, protože nesleduje prakticky žádná z médií, která v reklamě využíváme. Pasta bundou jsme se to pokusili zlomit. Pro nás šlo o nový směr, propracovaný experiment, který nám měl ukázat, zda se touhle cestou vydávat i do budoucna.

Strategie a kreativa:

Pasta, známý svou zálibou v originální módě, na svých sítích uveřejnil fotku v nápadité bundě. Bunda je oboustranná: z jedné strany v barvách typických pro TipSPORT, ale s velmi decentním brandingem, pro „běžný provoz“, a z druhé v barvách národních pro fandění během MS. Komunikace se odvíjí od linky „Buď ready – buď připraven na mistrovství světa – s TipSportem toho totiž zažiješ nejvíc“ a využívá nezvykle velký počet influencerů.

Nástroje a aktivity:

Kampaň odstartovala 5 týdnů před MS videem, které s Pastrňákem TipSPORT natočil přímo v Bostonu. Pasta bundu propagovalo 9 výrazných influencerů: Pruyem, Těhotnej kuchař, Johnny.mkv, Fayne, L. Neumannová, F. Langer, Kundosaki, H. Michálek a D. Luu. Pro některé z nich dokonce Pasta natočil dedikované videosekvence, které jim v postech výborně fungovaly. A do Pasta bundy se oblékly i další slavné „tváře TipSportu“: sportovci Dvořák, Kincl, Krčmář, Davidová, Voborníková, Hermannová, Štochlová, Paradeiser, Kozma, Kousková a tým Sampi. Ve příspěvcích odkazovali na landing page kampaně pastabunda.cz, odkud vedla cesta na e-shop, kde bunda byla ve velmi limitovaném množství 500 kusů ke koupi. Fanoušci mohli dalších 1500 Pasta bund vyhrát ve velké soutěži o výhry v celkové hodnotě 33 mil. korun. Doplnkovými mediatypy pro kampaň byly OOH plochy a online bannery.

Výsledky:

Pruyem: 13 stories (zasmluvněných 7), zobrazení 915.221, prokliků 6.807, 1 reel, 1.300.000 zobrazení, 46.753 interakcí, skupina 18-24: 39,6 %
Těhotnej kuchař: stories 8 (3), 393.941, 3.652, 5 reels (2), 2.005.000 zobr., 40.820 interakcí, 18-24: 26,5 %
Lucie Neumannová: stories 9 (3), 221.704, 1.555, 1 reel, 280.000, 10.344, 49,2 %
Filip Langer: stories 11 (3), 101.419, 805, 1 reel, 335.000, 22.949, 53,5 %
Fayne: stories 6 (1), 122.858, 1.034, 2 reels, 721.000, 40.006, 58,7 %
Johnny.mkv: stories 7 (1), 106.778, 2.522, 11 reels + 8 TikTok (zasml. 2), 1.566.800, 109.581, 52,2 %
Kundosaki: stories 18 (4), 622.527, 3.287, 3 reels, 1.171.492, 45.280, 43,3 %
Honzi Michálek: stories 9 (2), 189.217, 902, 2 reels, 546.000, 28.814, 58,5 %
David Luu: stories: 12 (4), 511.281, 1.207, 2 reels, 696.000, 28.814, 53,4 %
A z Pasta bundy se stal fanouškovský hit šampionátu, všechny byly z e-shopu rozebrány ještě před začátkem MS.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Viz oddíl "Výsledky" a přehledně v příloze.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=L3a9aJVkqCA>