
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zažij sílu Slavia

Klient:

SK Slavia Praha

Agentura / Přihlašovatel:

SK Slavia Praha

Spolupracující agentura / subjekt:

Zaraguza, David Ondříček a Lucky Man Films

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní a krizová komunikace, I.3 Business-to-Consumer, I.8

Integrovaná komunikace

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: Jakub Splavec

Firma/organizace: SK Slavia Praha

Stručné shrnutí projektu:

Komunikační kampaň, která sjednotila fanoušky, oživila značku po třech letech bez titulu a stala se symbolem mistrovské sezony. Propojila historii, atmosféru i současnost. Silné emoce, výrazný spot, rekordní event a CSR přesah. Síla, která žije v každém fanouškovi, Síla Slavie.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Někdy potřebujete větší facku, abyste si uvědomili, kdo jste. A my jsme SK Slavia Praha. Legendární klub, který po třech letech bez titulu začal ztrácet dech. Fanoušci chladli, značka stagnovala, atributy jako "zábava" nebo "inspirace" se krčily v koutě. A tak jsme to vzali od podlahy. Začali jsme poslouchat naše zákazníky, naše fanoušky. Výzkumy, focus groupy, rozhovory. Zjistili jsme, že každý fanoušek vnímá Slavii jinak, a to na základě věku, hodnot o Slavii které mu předali rodiče, nebo kamarádi, sportovního výkonu a mediálního obrazu klubu. A to bylo to nejlepší, co se nám mohlo stát. Protože jsme pochopili, že síla Slavie je právě ve všech těchto aspektech. A tak vzniklo: Zažij Sílu Slavie. Slogan, který se stal nejen claimem sezony, ale i emocí, kterou fanoušci znovu začali cítit.

Strategie a kreativa:

Nejprve segmentace. Pak positioning. Ale žádná prezentace s grafy nám nedala to, co fanoušci a jejich vnímání značky SK Slavia Praha. A tak jsme přestali koukat jen na fotbal, začali koukat na všechny emoce, které značka Slavie vyvolává. Z toho vznikla Síla Slavie. Claim, který rezonuje s tím, co Slavia znamená každému z nás. Natočili jsme spot s Davidem Ondříčkem, kde se prolíná historie, hrdost, atmosféra i současnost. A pak jsme ji nechali mluvit. V televizi, na billboardech, na sociálních sítích, na eventech, ve fanshopu, v našich CSR projektech - v hlavách našich fanoušků.

Nástroje a aktivity:

- Spot režie David Ondříček - silný, lidský, spojení dokumentu a reklamy
- Event "Zažij Sílu Slavie" - 6 000+ fanoušků na stadionu, první mistrovský krok
- Aktivace na soc. sítích, bannery, obsah, matchday prvky
- CSR projekt "Daruj krev, daruj Sílu Slavie" - obrovský přínos mimo hřiště
- Kalendáře, trička, plakáty, chorea - všude byla Síla
- A nejmíc? Organický život sloganu mezi fanoušky

Výsledky:

- Nárůst fanoušků, kteří se hlásí k SK Slavia Praha o více, než 300 000 (z 1,25mio na 1,58 fanoušků)
- Sledovaný ukazatel "Inspirativní a zábavná komunikace" z 29 % na 38 %
- O 6 % větší celkový mediální zásah oproti minulému roku
- O 40 % víc pozitivních zmínek v mediích oproti minulému roku
- Slogan žije. Fanoušci ho používají. Zápasů jím žijí.
- Místo "komunikační krize" přichází titul a postup do Ligy mistrů

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Největší a nejmíc rezonující event fotbalového klubu s fanoušky mimo tradiční zápas. Více než 6 000 lidí na akci ke startu sezony. Naprostý český unikát, který to celý odstartoval k emocím, radosti, úspěchu a vytouženému titulu!

Weblinky:

<https://www.dropbox.com/scl/fi/rin51nqxazwtr411wec3h/PRIHLASKA-APRA-s-SK-Slavia-Praha-v2.mp4?rlkey=rsyka6uuqyflbjpdc0l71rv&e=1&dl=0>,
<https://www.dropbox.com/scl/fo/43809vjjxrr62whgwb18j/AK7yIKyd-qVqeruf-2hRmsE?dl=0&e=2&rlkey=k12qy439z9589ui7qrkcc7jsu>,
<https://www.dropbox.com/scl/fi/rin51nqxazwtr411wec3h/PRIHLASKA-APRA-s-SK-Slavia-Praha-v2.mp4?rlkey=rsyka6uuqyflbjpdc0l71rv&e=1&dl=0>