
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Víkend s trofejemi: evropské fotbalové poháry na prodejnách

Decathlon

Klient:

DECASPORT s.r.o

Agentura / Přihlašovatel:

Konektor PR, s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

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: Josef Holík

Firma/organizace: Konektor

Stručné shrnutí projektu:

Praha, Ostrava. Dva dny, dvě města, jedna společná vášeň. Fotbal! Více než 9 tisícům fotbalových fanoušků jsme s Decathlonem umožnili zažít jedinečnou a neopakovatelnou atmosféru slavných evropských fotbalových pohárů, při jejichž úvodní znělce se malým i velkým fandům okamžitě zvedne tepová frekvence. Zhmotnili jsme tak do té doby málo známé partnerství s UEFA, vygenerovali obsah s mediálním dosahem přes 3 miliony lidí a doručili 90% nárůst prodejů fotbalového sortimentu instore.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Hlavní výzvou pro nás bylo dostat veřejnost a novináře do prodejen v Praze a Ostravě na event, na kterém se Decathlon atraktivní formou přihlásil k partnerství s UEFA, a zároveň zajistit maximální komunikační využití této příležitosti napříč kanály. Cílovou skupinou byli fotbaloví fanoušci z hlavních měst fotbalu v ČR, Prahy a Ostravy. Ti Decathlon nevnímají jako top of mind fotbalový brand, natož si ho nespojují s velkokluby, slavnými hráči či prestižními evropskými soutěžemi. O to větší výzva, ale i příležitost to byla.

Strategie a kreativa:

Aby byl Decathlon skutečně vnímán jako značka, která podporuje fotbal, potřebovali jsme autentický obsah a emoce. Komunikace proto stála na zábavném eventu, kde mohli lidé nejen vidět dvě evropské trofeje a vyfotit se s nimi, ale potkat se i s fotbalovými legendami, jako jsou Vladimír Šmicer, Tomáš Ujfaluši nebo Marek Jankulovski. A kde mohli soutěžit a pochlubit se svými fotbalovými dovednostmi. Do akce jsme zapojili novináře i influencery a využili ji k přípravě fotbalového obsahu, který jsme mohli distribuovat všemi myslitelnými kanály. Vedle UGC obsahu, který spontánně vznikl na akci.

Nástroje a aktivity:

Tiskové zprávy, landing page, social media, newsletter, zapojení influencerů, atraktivní program přímo na prodejnách Decathlon včetně účasti fotbalových legend, debat, ale především fotbalových soutěží o ceny, kde zlatým hřebem byl unikátní překážkový fotbalový slalom, ve kterém mohli soutěžící poměřit své schopnosti, techniku a rychlost s fotbalovými legendami jako je Ujfaluši, Šmicer či Jankulovski.

Výsledky:

Výsledkem bylo více než 70 mediálních výstupů, které zasáhly téměř 3 miliony lidí. Na sociálních sítích Decathlonu měl event dosah přes 5 500 000 a influenceři vygenerovali obsah se zásahem přes 850 000 lidí. Hlavní úspěch ale bylo zvednutí instore prodejů fotbalového vybavení o bezmála 100 % a obrátů prodejen v Praze a Ostravě o 12 a 28 %.

S Decathlonem jsme event přetavili na obsah, který baví, a to jak média, influencery, ale i samotné fanoušky. Udělali jsme z partnerství klienta s UEFA konkrétní moment, který přinesl atmosféru známou na slavných fotbalových stadionech přímo mezi fanoušky, pro které se fotbal hraje. Z byznysového hlediska jsme pak statisícům lidí představili partnerství Decathlonu a UEFA, ale také rostoucí roli Decathlonu v českém fotbalu a jeho portfolio vybavení pro tento světově nejpoblárnější sport.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=imhapDMI3Vg>, https://www.decathlon.cz/UEFA-vikend-s-trofejemi_lp-ARNEZC