
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nová křídla v regionech

Klient:

CK Čedok

Agentura / Přihlašovatel:

CK Čedok a. s. , Klára Divíšková a Jana Jusková

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Jana Jusková, ředitelka marketingu, Cestovní kancelář Čedok

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Klára Divíšková

Firma/organizace: Cestovní kancelář Čedok

Stručné shrnutí projektu:

Jak dostat červené letadlo na české nebe a představit nového dopravce cestovní kanceláře tak, aby média pochopila jeho reálný přínos pro klienty v regionech? Tak, jak to udělal Čedok. Uvedl charterové lety společnosti Electra Airways pod obchodní značkou AIR 001, které rozšiřují nabídku přímých spojení z Ostravy, Brna, Českých Budějovic a Pardubic a během sezóny obslouží více než 280 tisíc klientů. Zajistili jsme unikátní vnitrostátní let mezi Ostravou a Českými Budějovicemi.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání bylo náročné tím, že většina klientů je zvyklá na již známé dopravce. Nechtěli jsme jen informovat o novém dopravci. Chtěli jsme, aby se ke klientům informace dostaly přes zážitek nejen novinářů nebo obchodních partnerů, ale i jich samotných. Primární cílovou skupinou byli novináři celostátních, regionálních i specializovaných médií, sekundární obchodní partneři, ale i veřejnost. Komunikačním cílem bylo získat kvalitní mediální výstupy a vysvětlit přínos AIR 001, obchodním cílem posílit důvěru v nového dopravce a podpořit zájem o regionální odlety.

Strategie a kreativa:

Strategii jsme postavili na propojení srozumitelného vysvětlení a přímého zážitku. Chtěli jsme dostat našeho claimu "Pořád je co objevovat" a chtěli jsme tak objevovat se všemi, kdo měli zájem. Vytvořili jsme vzpomínku, na chvíli se stali součástí červené tečky na modrém nebi a při západu slunce z Českých Budějovic jsme zatleskali posádce. Podařilo se nám doručit bezprostřední zážitek, o kterém se médii píše nebo vypráví vždy lépe než pouze z odstavců tiskové zprávy.

Nástroje a aktivity:

Pevný základ jsme postavili na tiskové konferenci s krátkou prezentací na obou letištích v Ostravě a Českých Budějovicích. Na ni navázal ukázkový let, který tvořil klíčovou část programu. Novináři a další návštěvníci si prošli celý proces od odbavení po samotný let včetně servisu na palubě. Všichni bez rozdílu mohli fotografovat letadlo, interiér i kokpit, měli možnost mluvit s posádkou, zástupci dopravce i Čedoku. Aktivitu jsme podpořili tiskovou zprávou, aktivní komunikací 1 to 1 s médii před akcí, během ní i po ní, vizuálními podklady a obsahem na sociálních sítích. Do akce jsme zapojili i obchodní partnery a umožnili omezený prodej letenek veřejnosti na tento ukázkový let.

Výsledky:

Projekt splnil komunikační i obchodní cíle. Získali jsme 50 unikátních mediálních výstupů napříč médii včetně Forbes.cz, Novinky.cz, Zdopravy.cz, Prahain.cz i živých vstupů České televize a Českého rozhlasu a dalších. Úspěšnost jsme hodnotili podle počtu, typu a kvality výstupů i podle toho, jak srozumitelně přenášely přínosy nového dopravce a regionálních odletů. Málokdy si česká cestovka uzme takový mediální prostor sama pro sebe. Nejlépe fungovala část kampaně založená na přímé zkušenosti novinářů, která vedla k nekonkrétnějším a nejpřesvědčivějším výstupům a posílila důvěru v AIR 001. To dokazuje i množství telefonátů na naše callcentrum ohledně termínů, kdy se klienti budou moci proletět s tímto dopravcem na svoji dovolenou.

Weblinky:

<https://www.cedok.cz/novinky/air-001-nova-kridla-v-regionech/>,
<https://forbes.cz/nejen-smartwings-statisice-zakazniku-cedoku-odveze-do-tepla-bulharska-air-001/>,
<https://zdopravy.cz/takhle-poleti-cesi-k-mori-cedok-predstavuje-noveho-dopravce-264791/>,
<https://www.patriotmagazin.cz/cedok-ukazal-nova-cervena-letadla-jedno-z-nich-bude-bazovat-v-ostrove>