
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Jdi za jedním z nejkrásnějších zvuků

Projekt byl navržen a proveden pro:

Huawei

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MSL Czech Republic

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Radek Vítek

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

Říká se, že ticho léčí. A stejně pozitivní vliv mají i zvuky přírody nebo melodie, které máme rádi. Společnost Huawei toto vše spojila pro launch bezdrátových sluchátek FreeBuds 4. Ve 14 krajských městech umístila ptačí budky a v nich poukazy na nová sluchátka. Indicie v médiích a na sociálních sítích stimulovaly zájem fanoušků o hledání. Akci doprovodila produktová komunikace a testování. Výsledkem bylo skvělé mediální pokrytí i množství postů a debat na sociálních sítích. A budky zůstaly ptákům

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo uvést na trh nová špičková bezdrátová sluchátka Huawei FreeBuds 4, představit jejich vlastnosti (špičkový zvuk a inteligentní potlačení hluku, které přináší unikátní poslechový zážitek) a vyvolat zájem mezi potenciálními zákazníky. S ohledem na vyšší cenu sluchátek (přímý konkurent Apple AirPods) komunikace cílila na mladé náročnější zákazníky. Zároveň jsme chtěli posílit vnímání značky Huawei jako inovátora v oblasti audio a podpořit vztah zákazníků ke značce.

Strategie:

Vedle tradiční komunikace zahrnující produktové zprávy nebo testování vybranou laickou i odbornou veřejností jsme se rozhodli vyvolat zájem o nová sluchátka prostřednictvím kreativní soutěže s přesahem. Spojili jsme myšlenku krásného čistého zvuku špičkových sluchátek s uklidňujícími zvuky přírody a ptáků. Vsadili jsme na zvědavost fanoušků a zájem early adopters získat technologickou novinku zdarma jako jedni z prvních na trhu. A také na jejich následnou spontánní ochotu sdílet informace o novince na sociálních sítích. Aktivace „Jděte za jedním z nejkrásnějších zvuků“ měla přivést fanoušky k ptačím budkám, ve kterých naleznou špičkové překvapení.

Nástroje a aktivity

Na místa uprostřed zeleně ve 14 krajských městech jsme umístili budky pro ptáky a do každé z nich vložili poukaz na sluchátka FreeBuds 4. Prostřednictvím regionálních webů, relevantních lokálních a fanouškovských stránek na sociálních sítích jsme postupně zveřejňovali indicie, na jakém místě se budka nachází. Využili jsme placený obsah ve 14 mutacích Deníku a Drbny. Současně jsme distribuovali tiskové zprávy informující o akci a jejím průběhu. Informace jsme sdíleli na relevantních serverech, iniciovali diskuse a další sdílení. Cíleně jsme tak udržovali v jednotlivých lokalitách zájem o akci. Samotní účastníci pak sdíleli zkušenosti s hledáním, publikovali fotografie budek či nalezených sluchátek.

Akce byla doprovázena produktovou komunikací a testováním, které detailněji komunikovali klíčové vlastnosti nových sluchátek.

A protože jsme akci konzultovali s odborníky a také mysleli na udržitelnost, použili jsme dřevěné budky, které poté zůstaly na svých místech a mohou sloužit jako skutečné domečky pro ptáky.

Výsledky:

Díky organickému a placenému obsahu jsme prostřednictvím médií zasáhli přes 3 miliony čtenářů. Organicky bylo publikováno více než 40 článků spojených přímo s aktivací. Akce podnítila spontánní tvorbu a sdílení obsahu na sociálních sítích a vyvolala vášnivé debaty o nových sluchátkách na fanouškovských fórech. A budky slouží dál.