

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

CREDITAS Real Estate lídrem nájemního bydlení

Klient:

CREDITAS Real Estate

Agentura / Přihlašovatel:

CREDITAS Real Estate

Spolupracující agentura / subjekt:

Ivo Měšťánek, CHM Communications

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Marie Mocková

Firma/organizace: CREDITAS Real Estate

**Stručné shrnutí projektu:**

V březnu 2023 jsme chtěli představit a zviditelnit novou firmu CREDITAS Real Estate. Jak etablovat novou značku na vysoce konkurenčním developerském trhu? Vybrali jsme, v té době málo viditelné, téma institucionálního nájemního bydlení. Kombinací průzkumu, trendů, zajímavých dat ze zahraničí a ukázky konkrétního projektu, kterou jsme novinářům představili na tiskové konferenci, se společnost CREDITAS Real Estate stala okamžitě jedním z mediálních lídrů tématu nájemního bydlení. A to zcela bez finanční podpory a PR článků. Viditelnost tématu a značky se projevila i v rekordním zájmu o nabízené nájemní byty.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

CREDITAS Real Estate plánuje v horizontu následujících 10 let investovat 27 miliard korun do výstavby 5,5 tisíce bytových jednotek, určených k prodeji i pronájmu. Protože společnost na začátku roku 2023 rebrandovala na CREDITAS Real Estate a novináři ji téměř neznali, potřebovali jsme představit firmu i její nabídku. Prostřednictvím médií se měly informace dostat zejména k potenciálním kupcům a nájemcům. Z byznysového pohledu bylo cílem představit a zaplnit všechny čtyři nájemní projekty, které CREDITAS Real Estate během roku dodá na trh.

**Strategie:**

Cítili jsme, že téma nájemního bydlení média stále více zajímá, ale chybí „tvrdá“ data včetně mezinárodní srovnání. Této mezery jsme chtěli využít. Cílem byl získat dlouhodobé pozice kvalitního zdroje informací a názorů nejen na problematiku nájemního bydlení, ale i na další oblasti developmentu, který je vysoce konkurenční.

Komunikaci jsme zahájili tiskovou konferencí, kde jsme představili pohled na strukturu bydlení českých rodin, srovnání v rámci EU, makroekonomické souvislosti a očekávatelné trendy. Tématu se ujal hlavní ekonom CREDITAS Petr Dufek. Vnímání, priority, výdaje a další informace od samotných Čechů žijících v nájmu přinesl náš lednový exkluzivní průzkum, s jehož výsledky téměř třicet přítomných novinářů včetně dvou TV štábů seznámil generální ředitel CREDITAS Real Estate Jiří Vajner. Informace doplnil o byznysovou logiku a ukázkou konkrétního nového projektu LOOX, určeného k nájemnímu bydlení.

**Nástroje a aktivity:**

Březen: tisková konference s představením většiny nejzajímavějších informací + 2 plošné TZ.  
Červen: další (třetí) TZ se zaměřením na rozdíly mezi muži a ženami bydlicími v nájmu.  
Průběžně: individuálně domluvené výstupy - TV reportáže, rozhovory, komentáře k nájemnímu bydlení.

**Výsledky:**

V souvislosti s TK a třemi TZ bylo za období od března do srpna publikováno 97 výstupů, z toho 8 v TV v hlavním vysílacím čase. Při přepočtu na AVE jsme ušetřili 21,6 milionů korun, GRP dosáhl 18,9 milionů. Celkově od března do konce roku vyšlo v médiích 367 relevantních výstupů, týkajících se nájemního bydlení, výstavby, komentářů k realitnímu trhu atd.

Naplnění byznys cílů: enormní zájem o bydlení v novém nájemním projektu. Obsazení 95 jednotek během 2 měsíců a dalších nájemních projektů v druhé polovině roku.

Prudký nárůst návštěvnosti webu společnosti o 120 %. Růst brand awareness.