
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nejsem z cukru!

Klient:

Heineken Česká Republika

Agentura / Přihlašovatel:

Ogilvy s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Martina Kavková, Junior PR Manager, Ogilvy s.r.o.

Tereza Raidová, Head of PR Business, Ogilvy s.r.o.

Václav Rambousek, PR & Influence Director, Ogilvy s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události, III.5 Influencer marketing

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Václav Rambousek

Firma/organizace: Ogilvy s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Zlatý Bažant má vedle svých slovenských kořenů v DNA také pořádnou dávku odvahy, spontánnosti a chuť objevovat nové i za cenu vystoupení z komfortní zóny. Ve stejném duchu se neslo i představení produktové novinky Radler 0,0 % bez alkoholu, ale i přidaného cukru. Právě tento funkční benefit jsme doslova zhmotnili a v rámci launchu jsme vyzvali influencery, aby i oni dokázali, že stejně jako Zlatý Bažant nejsou z cukru a proletěli se nad hladinou Vltavy s mistrem flyboardingu Petrem Cívínem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem bylo představit neotřelým způsobem sezónní produktovou novinku médiím i cílové skupině GenY a GenZ. Pro značku Zlatý Bažant se jednalo o inovaci v portfoliu, v očích běžného spotřebitele mohla však představovat další ochucenou nealko variantu osvěžení na konkurencí nabitěm trhu. Jedinou možnou diferenciací od konkurence byl funkční benefit produktu – složení bez přidaného cukru.

Strategie:

Komunikační strategii zaměřenou na mladé publikum jsme postavili na zapojení influencerů. Abychom ale získali jejich především organickou pozornost, museli jsme jim nabídnout mnohem víc než jen samotný produkt. Spojili jsme proto positioning zdravě odvážného brandu a složení nealko radleru bez přidaného cukru a přišli s výzvou #nejsemz cukru, která influencery ponoukla k vystoupení z jejich safe space a dokázání, že ani jim odvaha nechybí. Strategii bylo zároveň představit relevantním způsobem nealko produkt, jehož konzumace nebrání do podobných, klidně až adrenalinových výzev bez obav jít.

Nástroje a aktivity:

Pro influencery jsme před startem léta připravili poněkud netradiční event, na který jsme je pozvali s jasnou message – přijď ukázat, že nejsi z cukru! Na palubě Cargo Gallery v Praze je čekala nejen ochutnávka osvěžující nealko novinky bez přidaného cukru, ale především VIP lekce flyboardingu pod vedením profíka na světové úrovni, Petra Cívína. Odvážné účastníky provedl létáním nad hladinou Vltavy, ale strhl i pozornost jejich fotoaparátů díky své akrobatické show. Samotný koncept adrenalinové výzvy sloužil jako klíč, jaké profily převážně mikro a středně velkých influencerů na akci pozvat, aby i pro jejich publikum bylo sdílení adrenalinového zážitku nečekané, ale stále relevantní.

Výsledky:

Na event plný adrenalinu se nám podařilo nalákat 16 influencerů, kteří dokázali, že rozhodně nejsou z cukru. Zážitky doslova zahltili svoje instagramové účty a s fanoušky sdíleli více než 70 příspěvků, které mělo v úhrnu šanci vidět téměř 200 000 uživatelů. Jelikož měl klient na launch event limitovaný rozpočet, bylo nutné jít především cestou organického zásahu. Díky správné volbě influencerů na jedné straně a lákavému zážitku na druhé, se nám to podařilo a návratnost investice do eventu dosáhla 136 %. Aktivita navíc zaujala nejen pozvané hosty, ale díky atraktivní lokalitě v centru Prahy si získala i zájem veřejnosti, která se namísto ve Vltavě osvěžila ochutnávku nealko novinky.