
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Fofrtaška 2.0

Klient:

Kaufland a SINNERS Esports

Agentura / Přihlašovatel:

DDB FTW Prague, FUSE

Spolupracující agentura / subjekt:

Fleishmann Hillard, OMD

Individuální kredity:

Ivan Soukup, Creative Director, DDB FTW Prague

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.8

Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

Komunikační nástroje:

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: Marcel Bodnár

Firma/organizace: FleishmanHillard CZ

Stručné shrnutí projektu:

Kaufland řeší problém jak se jako brand, který je silný zejména mezi seniory a je spojován s nájedzy důchodců vyprovokovaných slevovými akcemi, přiblížit generaci Z a získat image značky i pro mladší zákazníky.

Díky dlouhodobému partnerství s esportovým týmem Sinners našel netradiční řešení. Symbol tradičního nakupování, důchodcovskou nákupní tašku na kolečkách, tj. tzv. fofrtašku ve spolupráci s designéry, inženýry i gamery proměnil ve Fofrtašku 2.0, gadgety nadupaný nákupní prostředek vhodný i pro gamery, který si komunita okamžitě zamilovala. Kolem Fofrtašky pak vybudoval online i offline PR kampaň zaměřenou na spojování obou skupin, mladých gamerů i seniorů a výtěžek přes 1 milion Kč z tohoto ultimátního hráčského symbolu pak putoval Nadačnímu fondu Českého rozhlasu na projekt Ježíškova vnoučata, který se stará o ty nejpotřebnější seniory.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zlepšit Brand image Kauflandu u Gen Z a Young Millenials skrz téma gamingu a zároveň citlivě spojit s největší nákupní skupinou Kauflandu – seniory.

Strategie:

Fofrtaška měla reagovat na zájmy a záliby cílové skupiny - GenZ. Vznikla v několika krocích, nejprve jako PR stunt na sociálních médiích, který měl pobavit gamery. Po dobrém ohlasu byla Fofrtaška skutečně zadána do vývoje a vyrobena. Vytvořili jsme samotný produkt ve spolupráci s firmou Braasi a vylepšili ho o gadgety, které ocení každý, kdo někdy někam jel s počítačem. Fofrtaška 2.0 tak dostala, solární panely, podsvícení, odpružení a další vychytávky při zachování původní nákupní funkce, takže vznikl víceúčelový produkt symbolizující spojení generací nakupujících v Kauflandu. Potom jsme nechali na esportových profesionálech ze Sinners, aby projekt předvedli gamerskému světu na herních eventech a dále rozehráli PR kampaň, která měla oznámit širší GenZ populace její existenci a lidé mohli na eshopu Sinners vytvářet předobjednávky na limitovaný počet kusů. Celá kampaň pak vygradovala dražbou unikátního kusu Fofrtašky během Twitch streamu. Výtěžek z prodejů i charitativního streamu 1 081 359 Kč pak putoval na project Ježíškova vnoučata, který Kaufland dlouhodobě podporuje.

Nástroje a aktivity:

Od postu na SoMe Sinners a Kauflandu, přes klasický influencer marketing, prank videa s Mikýřem namaskovaným za seniora prohánějícím Fofrtašku až po brandovaný Twitch stream ve spolupráci s Rádiem Wave s dražbou unikátního kusu. Využili jsme kanály, které jsou nativní a autentické pro gamerskou komunitu. Po úspěšné dražbě, ve které Kaufland vybral přes milion korun na pomoc seniorům jsme veřejnosti informovali i outdoorovou CLV komunikací.

Výsledky:

1. Přes 1 milion Kč vybraných díky projektu na Ježíškova vnoučata
2. 25 prodaných kusů á 9990 Kč
3. Kampaň Fofrtaška 2.0 zvýšila vnímání Kauflandu jako obchodu pro mladé o 25 procentních bodů v hráčské cílové skupině
4. Hodnocení značky Kaufland jako pozitivní je u hráčů zasažených kampaní o 21 procentních bodů vyšší než u jejich vrstevníků
5. Ochota nakupovat v Kauflandu je u hráčů 49% což je více než dvojnásobek než u jejich vrstevníků kampaní neoslovených (22%)

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=4dNP6OscJNA&t=99s>, <https://www.youtube.com/watch?v=m9Yy1bQWHs4>,
<https://www.youtube.com/watch?v=D6NmQQMjUgl&t=142s>, <https://www.youtube.com/watch?v=rVhKdcmBe4&t=6s>,
<https://www.youtube.com/watch?v=zL4AJAvPWel>, <https://www.youtube.com/watch?v=aRIbT75DWO8>, <https://www.youtube.com/watch?v=6lgtTcNjFpc>,
<https://hrej.cz/article/tym-sinners-a-kaufland-predstavuji-fofrtasku-s-rgb-podsvicenim-miri-na-gamery-a-duchodce-2>,
<https://www.chip.cz/duchodcovska-fofrtaska-na-steroidch-cesky-vyrobce-batohu-predstavil-svetovy-unikat>,
<https://doupe.zive.cz/clanek/herni-merch-inspirovany-duchodci-fofrtaska-20-pojme-gamingovou-vyjavu-a-jeste-se-muzete-stavit-v-kauflandu-pro-chleba>