
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

S jógou je život krásnější

Klient:

ROSSMANN

Agentura / Přihlašovatel:

FleishmanHillard

Spolupracující agentura / subjekt:

DDB

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Consumer

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

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:

Která pohybová aktivita dokáže spojit dohromady ženy napříč věkovými kategoriemi, je možné ji provozovat samostatně i ve skupince a zároveň má potenciál stát se synonymem péče o tělo i duši? Síť drogerií ROSSMANN takovou aktivitu našla a ve spolupráci s řadou profesionálů a influencerů rozšířila mezi české ženy myšlenku, že S jógou je život krásnější.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Péče o tělo a budování pozitivního vztahu ke svému tělu jsou součástí filozofie společnosti ROSSMANN, která prostřednictvím kosmetických produktů a zdravé výživy pečuje o své zákaznice již 30 let. Naším cílem bylo vytvořit projekt, který aktivně zapojí zákaznice do používání aplikace ROSSMANN CLUB. Zastřešujícím tématem našeho projektu se stalo cvičení jógy, jakožto pohybové aktivity spojující ženy napříč generacemi. Díky průzkumu jsme zjistili, že každá druhá žena zná jógu, ale nikdy jí necvičila, většinou proto, že netuší, jak začít.

Rozhodli jsme se oslovit ženy všech věkových kategorií a nabídnout jim v rámci aplikace ROSSMANN CLUB sérii videí pro cvičení jógy, a tedy i možnost začít s cvičením v pohodlí domova. Pomocí živého eventu v centru Prahy jsme oslovili také zájemce o skupinové cvičení.

Strategie:

Komunikační strategii jsme postavili na výsledcích výzkumu zaměřeného na vztah Češek k józe. Naším cílem bylo aktivně sdílet poznatky z průzkumu společně s propagací aplikace ROSSMANN CLUB a jógových videí především v online lifestyleových médiích zaměřených na ženy. Na mladé publikum jsme pečlivě zacílili skrze vybrané influencery, kteří byli pozváni také na večerní event jóga při západu slunce.

Nástroje a aktivity:

Téma cvičení jógy rezonovalo na přelomu léta 2023 především v online lifestyleových médiích a zaujalo i reportážní pořady na TV Nova a v Českém rozhlasu. Pro zájemce o společné cvičení jsme uspořádali večerní akci s názvem Jóga při západu slunce, která díky živému přenosu z akce a spolupráci s influencery získala nepřehlédnutelnou pozici na sociálních sítích. Naplno jsme využili vlastní kanály ROSSMANN pro komunikaci tématu se stávajícími zákaznicemi a uživatelkami aplikace ROSSMANN CLUB.

Výsledky:

Díky všem aktivitám v rámci kampaně vznikla komunita žen, které mají společnou vášeň nejen pro cvičení jógy, ale také pro další způsoby péče o tělo a mysl. V rámci věrnostní kampaně ROSSMANN CLUB se nám podařilo rozšířit vybavení pro cvičení jógy mezi desítky tisíc zákaznic. Zároveň jsme zaznamenali nárůst počtu registrací do programu ROSSMANN CLUB a dlouhodobý zájem jak o jógová videa přímo v aplikaci, tak o vlastní web cvictejogu.cz. Přidanou hodnotou celé kampaně byla propagace produktů privátních značek ROSSMANN, které lze spojit s jógou a péčí o tělo i mysl a posílení jejich prodeje.

Podařilo se nám také zcela naplnit kapacitu eventu Jóga při západu slunce (250 cvičících) a zajistit prostřednictvím více než 60 výstupů v médiích celkem 10 772 807 impresí s hodnotou AVE přesahující 1 mil. Kč. Zásah na sociálních sítích dosáhl hodnoty 2,4 mil. uživatelů.

Weblinky:

<https://www.rossmann.cz/cvictje-jogu>, <https://www.youtube.com/watch?v=Ze-9riQHh8E>