
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Opening event HEBE

Klient:

Hebe

Agentura / Přihlašovatel:

AMI Communications, spol. s r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Rozálie Kloučková, Consultant, AMI Communications

Barbora Augustínová, Account Executive, AMI Communications

Přihlašujeme do:

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: Libor Rajský

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

Tržní prostředí s kosmetikou je v Česku vysoce konkurenční, a to v online i offline prostředí. Pro nové hráče nezbyvá moc místa. Drogistický gigant Hebe zaměřený na make-up a péči o tělo se však po roce, kdy řetězec testoval zájem tuzemských zákazníků prostřednictvím e-shopu, rozhodl pro otevření první kamenné prodejny. Výzvu jsme přijali a zorganizovali slavnostní otevření obchodu v Praze pro média, influencery i zástupce značky. Díky našemu uvažování se dostavila i veřejnoprávní média – Česká televize či ČRo.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Internetový obchod s kosmetikou se chtěl odlišit od konkurence a expanzí na trh si zajistit významnou a stabilní pozici. Cílem komunikace bylo vyzdvihnout výhody oproti ostatním – exkluzivní značky, výjimečné složení i širokou nabídku. Otevíračky obchodů jsou pro média obvykle nudné, my jsme ale chtěli ukázat, že HEBE není jako ostatní a otevření prodejny může být zajímavé. Cílili jsme nejen na média, ale i širokou veřejnost. Nakonec se nám podařilo překonat naše KPIs a v médiích jsme zaznamenali přes tři desítky výstupů včetně reportáže v hlavní relaci ČT.

Strategie:

Expanzi drogerie jsme zahájili slavnostním otevřením první kamenné prodejny. Zde bylo klíčové představit výhody, které do Česka přináší i široké portfolio produktů. Zaměřili jsme se na produkty, které si nyní může každý vyzkoušet přímo na místě. Právě otestování je jedním z hlavních problémů, proč lidé váhají s nákupem na internetu. Z prvotního komplikace, data otevření 5.12. (sv. Mikuláš), jsme udělali naši výhodu s tematickými doplňky. Veřejnost se o prodejně dozvěděla tentýž večer, díky úzké spolupráce s influencery či z článků. Odvážně jsme se také s poměrně obvyklým tématem rozhodli upoutat pozornost veřejnoprávní médií. K jejich oslovení jsme netradičně využili ekonomickou situaci a spotřebitelskou náladu.

Nástroje a aktivity:

Věděli jsme, že publikum nejvíce zajímá, jak se nová značka prezentuje, kdo je její tvář, jak se liší od konkurence a jaké produkty nabídne na prodejnách. Zorganizovali jsme proto slavnostní otevření, kde mohli hosté vyzkoušet nespočet produktů a konzultovat na místě zkušenosti s artisty i zástupci značek. VIP Event byl ideálním prostředím k navázání a prohloubení užší spolupráce s médii. Neméně důležitým nástrojem byly sociální sítě, které jsme využili k oslovení dalších cílových skupin a spolu s influencery představili prodejnu široké veřejnosti.

Výsledky:

Na zahajovací event přijaly pozvání zhruba čtyři desítky zástupců médií a influencerů. Jednalo se především o lifestyleová média. Kvůli časné přípravě se nám též podařilo domluvit účast několika novinářů z ekonomických redakcí, což výrazně potěšilo klienta. Dvěma novinářům jsme zprostředkovali rozhovor s generálním ředitelem. V návaznosti na event jsme do konce roku generovali 34 výstupů – ty zasáhly celkem 1,96 milionu lidí. Hebe bylo vidět například v ČT, MF Dnes, žena-in.cz či Zboží a prodej. Klient byl nadšený a ve zpětné vazbě nám bylo sděleno, že námi pozvaní novináři a jejich výstupy předčili očekávání klienta.

Weblinky:

https://www.dropbox.com/scl/fi/6argaara0m3e8grf8ormy/Hebe_vip_event_videocase.mov?rlkey=hvtw1ppk1axjs20ghooaaasy&dl=0,
https://www.idnes.cz/ekonomika/podniky/hebe-drogerie-parfemy-obchod-ceny-cesky-trh-podil.A231128_164054_ekoakcie_ven,
<https://www.zboziaprodej.cz/2023/12/22/hebe-otevrela-druhou-prazskou-pobocku-v-oc-cerny-most/>,
<https://www.moda.cz/hebe-otevira-druhou-prazskou-pobocku-v-oc-cerny-most>