Oslava 100 let ČVS

kampaň
DOBEŠKA

CHILLI
PRODUCTION

ZHLÉDNUTÍ V TV CELKEM

3 400 000

ZOBRAZENÍ CELKEM

905 237

DOSAH CELKEM

587 158

ENGAGEMENT CELKEM

320 500

ZHLÉDNUTÍ CELKEM

195 686

THRUPLAY CELKEM

77 803

1.

EVA EMINGEROVÁ

Dosah celkem
60 516

Engagement celkem
22 441

Zhlédnutí celkem
28 319

ThruPlay celkem
8 699

2.

MILAN ČERNOUŠEK

Dosah celkem
58 559

Engagement celkem
21 507

Zhlédnutí celkem
27 514

ThruPlay celkem
8 282

3.

HLAVNÍ VIDEO: POCTA LEGENDÁM

Dosah celkem
49 567

Engagement celkem
21 503

Zhlédnutí celkem
18 622

ThruPlay celkem
7 594

Hlavní video
18 622 👁

Roman Macek
7 096 👁

Miroslava Baráková
7 862 👁

Zdeněk Groessl
8 735 👁

Stanislava Králová
9 298 👁

Milan Černoušek
27 514 👁

Eva Emingerová
28 319 👁

Jan Štokr
5 437 👁

Milan Hadrava
6 581 👁

Zdeněk Václavík
21 307 👁

Marek Pakosta
2 986 👁

Jaroslava Bajerová
17 160 👁

Miroslav Nekola
18 769 👁

POPIS PROJEKTU

Český volejbal oslavil 100 let a my dostali za úkol vizibilitu na sociálních sítích (FB a IG profily Český volejbal, Česká volejbalová reprezentace, UNIQA volejbalová extraliga muži, UNIQA volejbalová extraliga ženy). Vymysleli jsme projekt Dobeška, pojmenovaný po unikátním hřišti - námi vybrané lokalitě k výrobě spotů na samém dně lomu kousek od Prahy. Náš plán byl zpočátku nereálný, ale nakonec jsme se do toho pustili a vše klaplo. Proč nereálný? Koncept spočíval v jednodenním natáčení za účelem výroby videí s hosty, které jsme v kooperaci s Českým volejbalovým svazem vybrali. Jednalo se o legendy volejbalu u nás, všech věkových kategorií z celé republiky. Zorganizovali jsme jejich setkání v jeden den na jednom místě, všem zajistili dopravu, ubytování a celodenní program.

Z natáčení vzniklo hlavní video (Pocta legendám | Dobeška | 100 let českého volejbalu) a následně medailonky všech zúčastněných. Videa se natolik líbila, že byla publikována nejen na sociálních sítích v rámci kampaně, ale před každým přímým přenosem volejbalového utkání na ČT sport. Do prezentace jsme zařadili pouze videa, která byla publikována v roce 2021. Kampaň pokračuje až do konce března 2022. Měla obrovskou odezvu nejen ve volejbalové komunitě, ale i u široké veřejnosti. Reakce byly obrovsky pozitivní, videa vháněla divákům slzy do očí.

CO JSME CHTĚLI

Cílem kampaně bylo oznámit, že volejbal má v Česku velkou tradici a slaví velké jubileum. Chtěli jsme představit legendy tohoto sportu a pracovat s komunitou, která se kolem něj pohybuje. Dalším cílem, se kterým jsme kampaň spojili, je také nábor mladých hráčů a hráček do mládežnických celků. Díky představení úspěšných volejbalistů a jejich příběhů, a hlavně díky jejich lásce k volejbalu rozšiřujeme zájem o tento sport.

JAK JSME TO UDĚLALI

S každým pozvaným hostem jsme natočili medailonek. Každý dostal tři stejné otázky: Jaký byl jeho/její nejkrásnější volejbalový zážitek? Co mu/jí volejbal dal a vzal? Co přeje českému volejbalu do dalších 100 let? Dále jsme zorganizovali zápas za účasti všech, kterým to zdravotní stav dovolil. Byl plný radosti, emocí, štěstí a nasazení, všichni zapomněli na věk a bolesti. Všechna videa jsme publikovali přesně podle plánu na sociálních sítích a souběžně každé pondělí na ČT sport v rámci volejbalového magazínu před televizním utkáním. Dále vznikla stories, která videa doplňovala a zvyšovala jejich dosah na sociálních sítích.

NA KOHO JSME CÍLILI A JAK

Cílili jsme na všechny, kteří mají rádi míčové sporty. Dále jsme lidem, kteří viděli více než 50 % videa, remarketingem zobrazovali další díly každý týden výkonnostní reklamou. V televizním přenosu jsme šli přímo na cílovou skupinu – diváky sportovního utkání. Běžel spot sponzora pořadu a pak jeden z medailonků. Všichni lidé, kteří videa zhlédli na sociálních sítích, jsou zahrnuti v publiku, které jsme si vytvořili i proto, abychom ho mohli retargetovat v kampaních pro nábor a reprezentační utkání.

JAK TO VYPADALO

Videa vznikala v unikátním prostředí Dobešky, v Evropě známého a uznávaného antukového hřiště. Antuku jsme vybrali, protože byla u vzniku volejbalu, zatímco dnes se zápasy odehrávají v halách. Chtěli jsme se vrátit ke kořenům. Videa byla natočena na speciální anamorfické objektivy, které dodaly vintage look, a hlavně mají specifický ultraširoký formát, který můžete znát třeba z hollywoodských filmů. Tyto objektivy unikátně lámou světlo, a proto mají specifický lens flare efekt. Hlavním záměrem bylo zachytit ve videích detaily a emoce.

KOLIK TO STÁLO

Kampaň měla na sociálních sítích celkový dosah téměř 600 000 uživatelů. V TV to bylo 8 000 000 lidí. Celé natáčení včetně postprodukce vyšlo na 400 000 Kč. Všechny díly byly propagovány celkovou částkou 50 000 Kč. Televizní čas jsme využili v rámci dlouhodobé spolupráce Českého volejbalového svazu s ČT sport. Z kampaně jsme vytěžili maximum.

CO SE ZLEPŠILO

Český volejbal má výrazně větší povědomí. Přestává se o něm mluvit jako o předpotopním sportu. Roste zájem mladých uchazečů začít hrát volejbal. Dlouhodobá kampaň důstojně veřejně oslavila sté výročí. Lidé poznali legendární osobnosti a zlepšil se jejich vztah k volejbalu. Vytvořili jsme si relevantní publikum pro další kampaně.

NA PROJEKTU SE PODÍLÍ:

Otta
kreativa, režie

Tom
foto, řízení projektu

WayC
hlavní kamera, střih

Ben
asistent kamery, střih

Bob
vizuály

Honza
copywriting

Terka
social media management

Tomáš
výkonnostní reklama