

# Marketingová kampaň Ostrava!!!

Návrh kreativního řešení propagace  
prostřednictvím virálního marketingu

# Cíl kampaně

- Zvýšit popularizaci a návštěvnost města
- Budování pozitivní image Ostravy
- Zajistit silné ohlasy prostřednictvím virálního marketingu
- Zapojení celebrit do kampaně
- Představit Ostravu v novém, kreativním pojetí
- Propojit jednotlivé atraktivity ve městě

# Marketingová komunikace

- Zapojení celebrit jako referenčních osobností
- Natočení virálního videa
- Využití sociálních sítí jako platformy pro spontánní komunikaci – YouTube, Facebook, Twitter, MySpace, blogy, diskusní fóra
- Propojení s mobilními aplikacemi
- PR na sociálních médiích
- Fotoreportáže

# Průběh kampaně

- Natočení videa v Ostravě celebritou a známými blogery
- Zveřejnění videa na webu města a spřátelených webech, sociálních médiích, blogu, diskusním fóru, chatu
- PR články na sociálních médiích
- Lidé navštíví zajímavá místa, které propagovala celebrita, bloger
- Zapojení obyvatel a návštěvníků do soutěže

# Celebrity ve videu

- Významné české a slovenské osobnosti, profesionálové ve svém oboru
- Umělecká oblast – zpěvák Karel Gott, zpěvačka Dara Rolins, moderátor Jan Kraus
- Sportovní odvětví – rychlobruslařka Martina Sáblíková, tenistka Petra Kvitová
- Kulinářství – šéfkuchař a moderátor Zdeněk Pohlreich
- Zacílení na turisty ze Slovenska – hudební seskupení IMT Smile

# Úloha celebrit

- Strávit jeden den v Ostravě
- Navštívit min. 2 hlavní atrakce – kulturní a technické památky, turistické zajímavosti, muzea, rozhledny, kostely
- Výlet dokumentovat na kameru
- Video poté sdílet se svými fanoušky na sociálních sítích
- Umístění videa na youtube, fotoreportáž
- Náhled do soukromí celebrity, autentičnost a originalita videa

# Dara Rolins



## Důlní oblast Vítkovice



## Noční život v Ostravě



151.896



12.630.792



1.414

# Karel Gott s rodinou



Vyhlídková věž Nové radnice



Ostravská Zoo



49.851



3.649.641



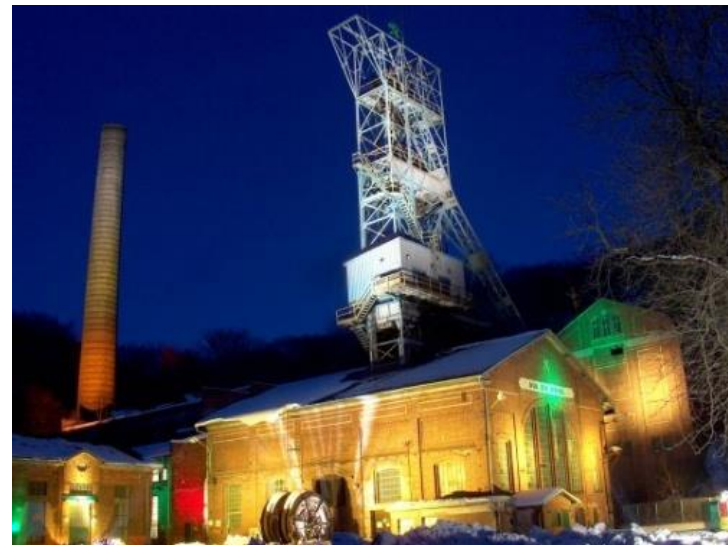
# Jan Kraus



## Slezskoostravský hrad



## Landek park



302.488



589.152

# Martina Sáblíková



**Kristův kostel**



**Hvězdárna**



138.287



39.148

# Zdeněk Pohlreich

**Důl Michal**



**Pivovarské muzeum**



323.272



867.445



# Petra Kvitová

## Svět miniatur



## Centrum Ostravy



253.812



94.804



100.419

# IMT Smile

## Adrenalin



## Na kole Ostravou



36.323



983.312

# Zapojení blogerů

- Natočení videa souvisejícího s Ostravou
- Fashion editorial natočený na známých místech Ostravy
- Exkurze a hodnocení úrovně gastronomických služeb
- One woman show aneb co potkávám na cestách
- Make up art opět s vhodnou asociací na Ostravu



# Blogerka roku 2013 kategorie Life

## blog psaný ze všech koutů Evropy

[www.zivotpodlelucie.com](http://www.zivotpodlelucie.com)



- Denní zásah blogu 7.500
- Měsíční afinita 65.000
- Celková návštěvnost blogu 745.994
- Počet fans na FB 1.625

# Blogerka roku 2013 kategorie Food zážitky z českých restaurací



[www.menudomu.cz](http://www.menudomu.cz)



- FB fans 18.454
- Videa na YouTube afinita 6.500



# Blogerka roku 2013 kategorie Beauty make-up art, hairstyling

[www.petalovelyhair.com](http://www.petalovelyhair.com)

*Petra Lovely Hair*



- FB fans 13.575
- Videa na YouTube 16.500 shlédnutí
- Twitter 566 followers
- Instagram 4.824 followers

# Blogerka kategorie Fashion

fashion, outfity, DIY

[www.stylecookbook.cz](http://www.stylecookbook.cz)

Style Cookbook



- FB fans 1.952
- Instagram 1.552 followers
- Prezentace módních novinek v časopisech Cosmopolitan, Marianne, FaF

# Viral Brothers

- Specialisté na tvorbu efektivních virálních video kampaní
- Kombinace virální zábavy s marketingovým sdělením
- Snaha o vyvolání buzzmarketingu
- Generují jak ohromnou angažovanost publika, tak mediální publicitu

# Viral Brothers

## specialisté na virální video



Natočení videa na téma  
„Debilní kecy Ostravaku“



63.613



4.406.599

# Soutěž

- Vyhlášení soutěže na stránkách města
- Soutěž na téma „Emoce v Ostravě“
- Zapojit se může kdokoliv kdo na dané téma natočí video
- Postování videa na FB Ostrava city
- Video s největším počtem Like vyhrává!
- Hlavní cena: nákup v Ostravském OC v hodnotě 50.000Kč, 30.000kč a 10.000Kč

## Detailní akční plán aktivit marketingové kampaně 2014/2015

		březen	duben	květen	červen	červenec	srpen	září	říjen	listopad	prosinec	leden	únor	
<b>Videa celebrit</b>	Oslovení protagonistů, vyjednávání o podmínkách, termíny spolupráce, finanční stránka, zahájení kooperace													
Dara Rolins							postování videa na sociální síť							
Karel Gott											postování videa na sociální síť			
Jan Kraus			postování videa na sociální síť											
Zdeněk Pohlreich					postování videa na sociální síť									
Martina Sáblíková		postování videa na sociální síť												
Petra Kvitová								postování videa na sociální síť						
MT Smile									postování videa na sociální síť					
<b>Blogeri</b>														
Život podle Lucie			foto fashion editorial z letního dne stráveného v Ostravě, popisování zážitků											
Menu domu	fotoreportáž o tajích Ostravské gastronomie, navštívené podniky, hodnocení jídel													
Petra Lovely Hair									video editorial líčení na vánoční večírek konaný na Stodolní					
Style Cook Book						fashion foto editorial, na pozadí fotek budou Ostravské dominanty								
<b>ViralBrothers</b>		postování na YouTube videa "Debilní kecy Ostraváků"												
								vyhlášení soutěže o nejlepší video						
											předání cen			
<b>Soutěž</b>	Výběr tématu													
Soutěž na téma "Emoce v Ostravě"									zahájení soutěže				vyhlášení vítěze	
<b>Město Ostrava</b>	Technické zajištění													
Mobilní aplikace		umístění videí do mobilní aplikace v sekci zábava, odkaz Uživej si jako celebrita												
Webové stránky		propagace Ostravy také na webu města, v záložce Turista: sdílení videí, odkazy na blogy												
Facebook									postování soutěžních videí, hlasování, vyhlášení vítěze					

# Výsledek kampaně

- 7 videí s celebritou
- 4 videa/fotoreportáže na blogu
- 1 speciální vydání ViralBrothers na téma Debilní kecy Ostraváků
- Sdílení na sociálních médiích
- Nová videa soutěžících
- Vyhodnocení soutěže o nejlepší video „Emoce v Ostravě“

# Účinnost kampaně

Posoudit celkovou efektivitu na základě:

- Počet sdílení a Likes na FB
- Počet followers na Twitteru
- Počet shlédnutí na YouTube
- Počet zobrazení blogů
- Počet návštěvníku webu města
- Zapojení do soutěže
- PR AVE, ostatní média
- Mediální publicita



# Přínos

- Ostrava je IN, Ostrava je trendy
- Celebrity jezdí na výlet do Ostravy
- V Ostravě vznikají foto a video editorially známých blogerek
- Zvýšení cestovního ruchu
- Ostrava získává pozitivní asociace
- Vylepšení image

**My už jsme na cestě do Ostravy  
a vy ???**

