

PROBLÉM

Ostrava je unikátní město. Má co nabídnout turistům, ale ti se do Ostravy příliš nehrnou. Když se řekne „Ostrava“, vidí průmysl, hornictví a špatné ovzduší, někteří z nich si vybaví alespoň populární Stodolní ulici. Tato pověst Ostravu předchází, což je velký problém. Ostrava se významně posunula, nikdo tomu ale zatím nevěří. Nemá důvod. Plakáty, billboardy atd., žádná tradiční reklama nedokáže přesvědčivě ukázat, že Ostrava je nová, lepší, cool. Proto musíme změnit vnímání Ostravy jiným způsobem. Lidé si mezi sebou musí říci, že Ostrava je skvělá a že opravdu stojí za návštěvu. Lidé si musí Ostravu na vlastní kůži zažít a podělit se o ten pocit s ostatními. Jen tak se stane uvěřitelným, že Ostrava má vážně co nabídnout. Předkládáme unikátní koncept, který nevyužilo žádné jiné město. Ani u nás. Ani ve světě. Reality show Zaži Ostravu.

ZAŽI OSTRAVU!!!

Chceme, aby do Ostravy začali jezdit lidé z jiných českých měst. Vytvoříme proto speciální online reality show Zaži Ostravu, která bude mít 11 epizod, každý měsíc jednu. Na webové stránce zazi-ostravu.cz může každý soutěžit o unikátní víkend v Ostravě dle svých přání. Tyto víkendy ale nebudou obyčejné, budou neuvěřitelné. Po odvozu ze svého města dostane soutěžící, třeba Tomáš, kapesné 30 000 Kč, hotel, jídlo a spoustu překvapení. Podívejte se prosím v příloze na **příběh Tomáše**, který popisuje, co všechno bude možné zažít v Ostravě.

Zážitek Tomáše se bude natáčet jako reality show a sestříhá se do videa o délce 2 – 3 minuty, které bude uvádět moderátor. Zážitek se bude natáčet také na kameru GoPro – z první osoby – a výsledná podoba bude profesionálně upravena a sestříhána. Epizoda se poté zveřejní na webových stránkách a také na portálech Stream a YouTube, Facebooku, Twitteru a dalších kanálech viz níže. Kde ji lidé mohou sledovat, sdílet, poslat kamarádům a známým. **Podívejte se na ukázky, jak by taková videa mohla vypadat: viz příloha na DVD ukázková videa.**

Tento koncept je efektivní, protože vytváří zajímavý virální obsah. Nejen samotné epizody, poutavý je také obsah kolem celé reality show. Každý člověk může na vlastní kůži zažít něco úžasného v Ostravě. Zdarma. Stačí se jen zaregistrovat na webové stránce zazi-ostravu.cz. Tento motiv je velmi silný pro online prostředí a zaručuje viralitu. Koncept je unikátní, takže přiláká také pozitivní pozornost médií. Umožní nám navíc ukázat zajímavá místa v Ostravě nevšedním a poutavým způsobem. Tematicky se zaměříme na to, co Ostrava chce zviditelnit: kultura, industriální charakter, sport, doprava (**viz příloha timeline**). V jednotlivých epizodách budou také hrát různí účinkující, v jednom díle vystupuje zamilovaný pár, v dalším dva kamarádi nebo třeba rodina s dětmi. Speciálním zpestřením budou ostravské celebrity ve videích, které se objeví v netradičních rolích (**viz příloha vizuály**). Důležitou roli bude hrát dramaturgie videa, tzn. že každý díl bude speciálně připraven tak, aby byl poutavý a zajímavý. Doprovodem epizody budou také videa ze zákulisí či rozhovory s účinkujícími, fotografie a obsah pro sociální média.

WEBOVÁ STRÁNKA

Webová stránka zazi-ostravu.cz (**viz příloha vizuály**) představí soutěž a naláká soutěžící k účasti. V horní části je video, které představuje celý koncept a láká k přihlášení. Dále už je samotný přihlašovací formulář, kde si každý soutěžící může vybrat, co by v Ostravě chtěl zažít - sport, kulturu, zábavu apod. Na stránce budou dominanty a zajímavosti Ostravy, ze kterých si bude možné vybírat. Dále tam soutěžící popíše, jak netradičně by víkend v Ostravě strávil. Automaticky se k přihlášce přiloží profilová fotografie z Facebooku a zobrazí se vzkaz na jeho Facebook profilu, že se účastní soutěže. Ostatní lidé mohou pomocí Facebook tlačítka like hlasovat o tom, kdo by měl postoupit do semifinále – to podpoří virální šíření a zvýšení povědomí o soutěži. Konečného finalistu pak vybere porota. Stránka bude samozřejmě funkční na mobilních telefonech a tabletech.

TEASER

Cílem teaseru bude získat pozornost k soutěži na microsite. Jeho obsahem bude rozhovor s fiktivním účastníkem soutěže, jak popisuje, co by rád v Ostravě zažil. V průběhu rozhovoru budou dynamické střihy už přímo ze zážitků, které popisuje. Bude zde tedy patrný kontrast přání a splněného snu v podobě dynamického prostřihu v průběhu rozhovoru. Z videa tak bude zřejmé, jak se jeho přání mění na skutečnost.

KOMUNIKAČNÍ KANÁLY

Facebook, Twitter – Každý měsíc bude Facebook a Twitter profil spravovat jedna z celebrit. Sdílet bude svoje zážitky z Ostravy, svůj pohled na město. Osobnost může vést také dialog s návštěvníky. Příklad statusu: „Když na pivo, tak leda do Stodolní.“ (fotka Jarka Nohavici, jak popíjí pivečko na Stodolní)

Instagram – Pomocí Instagramu bychom sdíleli převážně zajímavé momentky z natáčení a lákali tak diváky na obsah dalšího dílu. Zde můžeme lidi vtáhnout do dění pomocí autentických fotek z GoPro kamery.

Emailing – Jakmile skončí soutěž, bude k dispozici velmi dobře segmentovaná databáze emailů, jelikož účastníci uvedou v rámci soutěže své základní demografické údaje. Následně je možné v průběhu 11 měsíční reality show posílat prostřednictvím emailů informace o kampani, po skončení je pak možné s touto databází pracovat i nadále.

Stream, YouTube – Populární videoportály, na nichž budeme epizody pravidelně publikovat. Na Streamu show zařadíme do sekce pravidelných pořadů.

Retargeting – Součástí promo akce bude také bannerový retargeting. Pomocí videa a bannerů budeme znovu oslovovat návštěvníky webové stránky, kteří nedokončí přihlášku do soutěže.

PR – Celý koncept má poutavou tematiku jak pro různá online média, tak také pro blogosféru a zájmové portály. V plánu je také navázat spolupráci s ostravskými blogery.

TIMELINE A TÉMATA

Kampaň je rozprostřena do období 1 roku (**viz příloha timeline**). Využívá aktuálních témat, např. v období prázdnin festival Colours of Ostrava, na podzim Dny NATO. Jednotlivé epizody reality show jsou pak uzpůsobeny a vycházejí z harmonogramu akcí v Ostravě. **Navržené scénáře na timeline jsou ilustrační, finální podoba epizod bude vytvořena dle přání výherců.**

PROČ JE ZAŽI OSTRAVU!!! SILNÁ KAMPAŇ

- Pro online prostředí je důležité vymyslet koncept, který začne fungovat svým vlastním životem. Začnou si ho lidé sdílet a stane se populárním. Tato kampaň je od začátku navržena tak, aby se stala úspěšnou na internetu.
- Kampaň představuje netradičním způsobem a osobním pohledem zajímavosti Ostravy, které stojí za to navštívit, komunikuje pilíře Ostravy dle marketingového plánu – zábavní a poznávací turismus a volnočasové využití.
- Koncept je netradiční a kreativní, získá prostor v médiích a v blogosféře, lidé si o kampani budou povídat => viralita a oslovení většího počtu cílové skupiny za menší náklady.
- Kampaň bude mimo jiné podporovat podnikatele a podniky v Ostravě, např. restaurace, hotely a další zařízení důležitá pro turistický ruch. Možnost navázání spolupráce.
- V kampani se objevují lokální, ale známé celebrity, srdcaři Ostravy – např. Nohavica nebo Krajčo – za účelem podpoření Ostravy jako skvělého města.