

Ostrava neostře!!!

Na otázku „Jel by ses podívat do Ostravy?“ jsme často dostávali odpověď:

„Nikdy mě to nenapadlo.“

„A tam je jako něco zajímavého?“

„Jo, tam je ta Stodolní a nějak renovovali Vítkovice, ale vůbec nevím, jestli to za to stojí.“

Z vlastní nedávné zkušenosti můžeme říci, že pokud o Ostravě nic nevíte, umí vás velmi překvapit. Bohužel mnoho lidí vidí Ostravu velmi neostře, nemají představu o tom, co nabízí, neví, co si o ní myslet, a ani je nenapadá zvažovat její návštěvu.

Jsme si jisti, že stačí pouze podpořit to nejlepší, co město nabízí, ukázat to lidem v ucelené formě a dát Ostravě téma, které bude originální a odlišující se od všech ostatních měst.

Ostrava zaostřeně!!!

Genius loci nevzniká ze dne na den. Jsou to desítky let, stovky momentů a tisíce příběhů, které dohromady vytvářejí jedinečnou atmosféru dané oblasti. Je to historie i současnost, je to kultura i lidé. Je to Ostrava!!!

Město, které má sílu, svou výjimečnou poetiku a výraz, svébytné obyvatele a v neposlední řadě také neuvěřitelnou fotogeničnost, skrze kterou nám sděluje své příběhy a obnažuje svou duši. Ostrava, to je zkrátka mazec. Nebo jak by řekl Ostravák – ostře!!!

Ostrava ostře!!!

POPIS KONCEPTU

Náš komunikační koncept se opírá právě o fotogeničnost Ostravy. Toto město nabízí skoro až neuvěřitelnou atmosféru, kterou lze snadno zachytit pomocí fotoaparátu nebo fotoaparátu v mobilu a „zamrazit“ si tak jedinečné momenty, ze kterých se stanou krásné vzpomínky. Předností konceptu je upřímnost fotografií. Jejich autory budou obyčejní lidé. Budou vystihovat to, jak Ostravu skutečně lidé vidí a co na ní mají rádi.

Koncept uvedeme fotografiemi známých osobností pocházejících z Ostravy, které samy nafotí jim blízká ostravská místa a ukáží ji tak svými očima. Rádi bychom oslovili Milana Baroše, Simonu Krainovou, Richarda Krajča, Jaromíra Nohavicu a další. Z těchto fotografií vytvoříme výstavu, jejímž hlavním cílem je upozornit na novou komunikaci města Ostrava a vytvořit kolem ní PR. Výstava není hlavním prvkem celého konceptu, slouží pouze k jeho nastartování.

S výstavou vznikne microsite www.ostravaostre.cz a facebookový profil Ostrava ostře, kde budou tyto fotografie známých osobností umístěny. Současně zde budeme lidi pobízet, aby se jeli na tato místa do Ostravy podívat a nafotili, jak Ostravu vidí oni. V tom všem jim bude

pomáhat aplikace Ostragram. Aby se skutečně první lidé vydali Ostravu poznávat, obohatíme tuto fázi o fotografické soutěže.

První lidé tedy přijíždí do Ostravy, fotografují a své fotky umisťují na naši microsite a začínají je šířit v rámci sociálních sítí. Pokud je fotografie například od Pavla, bude se zobrazovat s headlinem „Ostrava očima Pavla“. Vzkaz se tak stane velmi osobní a bude přitahovat větší pozornost. Samotní lidé se tudíž stávají naším nosným reklamním médiem, kampaň šíří a ta začíná žít vlastním životem. Na fotografie reaguje v rámci sociálních sítí jejich okolí, vznikají diskuze u fotografií, další lidé se nechávají inspirovat k výletu a mnoho dalších potkává skrze fotografie Ostravu tak, jak ji nikdy neviděli. Vzniká efekt sněhové koule. S každým dalším návštěvníkem, který v rámci sociálních sítí umístí jakoukoliv fotografii z Ostravy, se téma samovolně dostává k dalším a dalším potenciálním návštěvníkům.

Na microsite postupně vzniká velké množství fotografií na různá témata Ostravy. Ty budeme dále využívat k cílené komunikaci zaměřené na různé cílové skupiny a různé produkty. Využívat k tomu můžeme e-mailing, remarketing, bannery, PPC a další efektivní nástroje výkonnostního marketingu.

Jedním z důvodů, proč vyrazit do Ostravy, jsou samotní Ostraváci, a kdo jiný než Ostravák vám ukáže město lépe. Navrhovaný koncept je tedy možné protáhnout i do offlinových aktivit, které obohatí návštěvníkům program a podpoří přímý přínos turismu pro město. V rámci microsite lidem umožníme se propojit s Ostraváky, kteří by se stali průvodci v rámci fotokurzu, a více tak zprostředkovali tu správnou atmosféru. Podobně by to mohlo fungovat s řidiči taxi, kteří by návštěvníky po nejlepších místech ve městě provezli.

Ostrava naostřeně!!!

Koncept v souladu s dlouhodobou marketingovou strategií umožní netradiční formou ukázat Ostravu ve zcela novém světle. Podpoří to nejlepší z ní a dá jí odlišující téma, které se stane inspirací k návštěvě. Výhodou konceptu je způsob využití sociálních sítí, kdy se značná část kampaně bude šířit zcela spontánně. Výhodou je rovněž rozsah možných témat, které v rámci konceptu můžeme komunikovat. Můžeme poukázat na jakýkoliv produkt Ostravy a doručit sdělení přesně definovaným cílovým skupinám. Na jakoukoliv událost budeme schopni flexibilně reagovat a v případě potřeby informace o ní ji dostat velice rychle k lidem. Například v zoo se narodí mládě slona a my můžeme potenciální návštěvníky Ostravy velice rychle na toto téma nalákat. Koncept je možné použít i k cílení na zahraniční klientelu. Ostrava má naostřeno, má v rukách vše, co je k úspěšné kampani potřeba, a nyní jen stačí vše odstartovat.