



PRIHLÁŠKA NOVÁ SEZÓNA DPOH

PRIHLASOVATEĽ

Fakturačné údaje

Názov	Róbert Slovák a jeho priatelia, s.r.o.
Adresa	Panenská 23, 811 03 Bratislava, Slovensko
IČO	52 252 957
DIČ	212 095 3417
IČ DPH	

Prihlasovateľ 1

Názov	Slovak & Friends
Link na webstránku	https://www.slovakandfriends.agency/
Miesto podnikania	Bratislava
Sieť	-
Materská spoločnosť	-

Prihlasovateľ 2

Názov	Divadlo P. O. Hviezdoslava
Link na webstránku	https://dpoh.sk/
Miesto podnikania	Bratislava
Sieť	-
Materská spoločnosť	Robert Slovak a jeho priatelia

NÁZOV PRIHLÁŠKY

Nová sezóna DPOH

TRVANIE

Od: 2023-08-31

Do: 2023-09-30

KATEGÓRIA

Non-profit - komunikácia tretieho sektora

POPIS

Jedným obrázkom sme odkomunikovali témy a hodnoty, ktorým sa mestské divadlo DPOH s novým positioningom a repertoárom začalo venovať v novej sezóne. Vizual vo forme vitráže s aktuálnymi témami relevantnými pre bratislavskú kaviareň si získal pozornosť cieľovej skupiny divadla.

V porovnaní s komunikáciou novej sezóny v minulom roku **sa zvýšil počet výstupov viac ako 6,5 násobne** a získaný mediálny **priestor v médiách relevantných pre našu cieľovú skupinu bol v hodnote za viac ako 428 202** €. Cieľovka mala možnosť vidieť výstupy viac ako 51 miliónkrát, pričom bol pokrytý online, sociálne siete, tlač, televízia, rozhlas aj podcasty (rátame iba relevantné, nie alternatívne médiá).

K vizuálu sa vyjadrovala aj prezidentka, primátor, influenceri ale aj iné kultúrne inštitúcie a relevantné médiá. **Bratislavčanky a Bratislavčania sa dozvedeli, že DPOH má rovnaké hodnoty ako oni. To všetko vďaka jednému vizuálu s nulovým budgetom na médiá.**

SITUÁCIA

Divadlo Pavla Országha Hviezdoslava sa zmenilo na bratislavské mestské divadlo. Divadlo pre špecifickú cieľovú skupinu ľudí, ktorí žijú v hlavnom meste. Je to divadlo pre bratislavskú kaviareň, divadlo s názorom na súčasné témy. Tomu zodpovedá aj program novej sezóny. Predstavenia divadla prinášajú odvážne témy:

Sused, ktorého nechcem - Kto je horší sused? Róm, liberál alebo gej?

Pozsony Dance Club - Príbeh bratislavskej kaviarne.

Pressburger Fight Club - Boj mierumilovnej menšiny proti presile fašistickej luzy.

CIEĽOVÁ SKUPINA

Bratislavskí meststskí diváci žijúci súčasnými spoločenskými témami a navštevuje kultúrne podujatia.

CIELE

Odkomunikovať novú sezónu a positioning DPOH s minimálnymi nákladmi. Zvýšiť povedomie o témach, ktorým sa v divadle venujú.

STRATÉGIA

Využili sme formu, ktorá sa spája jedine s DPOH - vitráže, ktoré dominujú priečeliu divadla. Kedysi prezentovali témy typické pre svoju dobu: oslavovali robotnícku triedu, hrdinky-traktoristky či smelých vojakov a budovateľov. Rozhodli sme sa dať klasickej forme aktuálny obsah - témy a hodnoty, ktorým sa venujú predstavenia DPOH v novej sezóne.

BIG IDEA

Vizualitu sme postavili na vitráži, ktorá je pre budovu DPOH typická.

IMPLEMENTÁCIA IDEY

Využitím klasickej formy a nových tém divadla sme vytvorili súčasnú mestskú vitráž s

obsahom, ktorý je relevantný pre jeho kaviarenský cieľovku.

ROZPOČET

od 0 do 30.000 EUR

MEDIAMIX VÝSLEDKY

V porovnaní s komunikáciou novej sezóny v minulom roku sa zvýšil počet výstupov viac ako 6,5 násobne: 2022 = 60 výstupov, v roku 2023 ich bolo 398 (rátame iba relevantné, nie alternatívne médiá).

Získaný mediálny priestor v médiách relevantných pre našu cieľovú skupinu: viac ako 428 202 □ (rátame iba relevantné, nie alternatívne médiá).

Cieľovka mala možnosť vidieť výstupy viac ako 51 miliónkrát, pričom bol pokrytý online, sociálne siete, tlač, televízia, rozhlas aj podcasty: OTS: 51 627 727 (rátame iba relevantné, nie alternatívne médiá).

A Bratislavčanky a Bratislavčania sa dozvedeli, že DPOH má rovnaké hodnoty ako oni. To všetko vďaka jednému vizuálu s nulovým budgetom na médiá.

POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[aKvnWkAK_Effie_DPOH_media.xlsx](#)

INFORMÁCIE

-

LESSON LEARNED

Tak ako mnohé vitráže, aj naša nová padla za obeť tým, ktorí ju pred voľbami zneužili na šírenie strachu a nenávisť. Ale aj vďaka hejtom z alternatívnej scény si bratislavská kaviareň všimla témy, hodnoty a repertoár divadla. **Ludia, pre ktorých je nová sezóna určená, vizuál hrdo obraňovali.**

UKÁŽKA KREATÍVY

[rKQWo34Q_EFFIE_DPOH.pdf](#)

POTVRDENIE ÚDAJOV

Správnosť klienta

[Ute4Fy7z_37-SKM_C257i23121114510.pdf](#)

Správnosť agentúry

Správnosť mediálky

[ZL1gcHyt_37-effie_med.pdf](#)



PRIHLÁŠKA NOVÁ SEZÓNA DPOH

KREDITY - AGENTÚRA

Strategy director / Strategy planner	Róbert Slovák
Copywriter	
Creative Director	Róbert Slovák
Art director	Jakub Mikula
Account Director / Account	Natália Oravcová
Iní	

KREDITY - KLIENT

Marketing manager / Marketing director	Emília Lucká
Brand manager	
Iní	

KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

Meno a priezvisko	Robert Slovak
Email	robert@slovakandfriends.com
Telefónne číslo	0915730989

KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

Meno a priezvisko	Emília Lucká
Email	lucka@dpoh.sk
Telefónne číslo	+421 902 265 647