



v spolupráci s



P R E D S T A V U J Ů

MADE FOR SPORT

TENISKY, KTORÉ ŤA VEZMÚ NA ŠPORTOVISKO

PROBLÉM:

Ako zatriktívniť novootvorené športoviská v očiach znudenej povrchnej bratislavskej mládeže?

Ukážeme im, že **majú k športu oveľa bližšie, než sami čakali.**

INSIGHT:

Mladí Bratislavčania a Bratislavčanky sú ochotní za "premium sneakers" zaplatiť desiatky-stovky eur. Pritom ale netušia, že tieto modely **boli pôvodne navrhnuté ako profesionálne tenisisky na šport.**

IDEA:

Jordany, Conversy na basket, Nike Airmax na beh, Adidas Ultraboost na fitness... mladým **ukážeme, na čo skutočne slúžia ich ikonické kúsky a pošleme ich vyskúšať si ich skutočný účel na naše športoviská.** Využijeme k tomu moment, ktorý v nich vzbudzuje najväčší excitement - **doručenie nových tenisiek.**

EXEKÚCIA:

Spojíme sa s najväčším a najrešpektovanejším sneakers obchodom na Slovensku - **Footshopom.** Tenisky zabalené v krabici vypimpujeme **špeciálnym prebalom s QR kódom,** ktorý bude odkazovať na **miesta s novootvorenými športoviskami.**



TIMELINE A MEDIA MIX:



PIL C
posilka a golf



Joe Trendy
basketball

Na promo - unboxing tejto limitky využijeme známych sneaker freakerov, ktorí majú v obľube rôzne športy.

PREDPOKLADANÝ MEDIA SPLIT A SLEDOVANÉ METRIKY:

AWARENESS FÁZA:
13 000 €
impressions (paid, earned), CPM
Očakávané výsledky (paid): **4 500 000- 5 800 000 impresii**

ACTION FÁZA:
17 000 €
prehratia, CPV, activation recall
Očakávané výsledky (paid):
Refresher: **50-60 000 prehrati seriálu, 27-30 000 pozreti článku**
Joe Trendy + Pil C: **58-70 000 prehrati unboxingu**

Pri oboch fázach očakávame zvýšený záujem médií, a preto nemožno určiť skutočnú hodnotu tzv. earned media.

Náklady na microsite a produkciu sú mimo mediálneho rozpočtu