

2 idei

Ioana Manoiu
Managing Partner GMP PR

2 idei

- Ce faci, într-o lume care nu are timp și răbdare, ca să promovezi un produs complex, care trebuie explicat și înțeles?
- Ce faci când ai un mesaj de transmis și nimeni nu vrea să-l asculte?

Studiu de caz 1: lansarea BOOM

Contextul

In luna mai 2006, DTH Television Group a lansat in Romania platforma de televiziune digitala Boom, cu 10 canale exclusive si un nou concept: next in home entertainment.



Provocarea

Piața televiziunii digitale este încă la început, publicul larg nu este în totalitate familiarizat cu acest concept și nici cu beneficiile pe care le aduce.

Provocarea era de a explica ce înseamnă Boom într-un limbaj accesibil, și de a trimite mesajele potrivite fiecărui public țintă în parte.

Executia

- Lansarea unor zvonuri cu privire la venirea unui nou jucător pe piața televiziunii digitale
 - Informarea personalizata a presei
- patru mini-conferinte de presa in aceeasi zi, patru tipuri diferite de mass media: financiar și IT, cotidiene și agentii de presă, reviste de lifestyle și ghiduri TV, televiziuni.
- *Interviuri*
 - *Product trial*



Rezultate

- Presa scrisa: 52 de materiale de presa, aproximativ 2 milioane de impresii
- TV: 10 stiri, aproximativ 3 milioane telespectatori
- On line: site-uri cu peste 2.950.000 vizitatori cumulat/luna
- Advertising value - estimat : peste 150.000 €



Studiu de caz 2: expoziția foto “Noi am văzut Rosia Montana”

Contextul

Proiectul Rosia Montana. Unul din principalele argumente aduse de opozanți era faptul că acolo este o zonă montană superbă, un peisaj idilic, cu muni și văi, pe care o companie vrea să-l distrugă.

În realitate, Rosia Montana este o zonă monoindustrială, asupra căreia mineritul a lăsat urme adânci. Sunt probleme majore de mediu - apă roșie, poluare - nivelul de trai este foarte scăzut, iar acest lucru se vede cu ochiul liber, dacă faci o vizită la fața locului.

Provocarea

Prezentarea realității zonei Rosia Montana, într-un mod credibil și de impact, către publicul țintă



Executia

Expozitia foto itineranta a grupului 7 Zile, ce prezenta diferite aspecte ale zonei Rosia Montana, surprinse de fotografi.

Compania Gabriel Resia Montana suporta costurile proiectului, fara nici o implicare in continutul imaginilor.

Planificarea datelor de expunere a tinut cont de evenimentele de pe agenda oraselor respective.



Traseul expoziției:

- Tabara fotografică în Rosia Montana
- Expoziție pentru comunitatea din Rosia Montana
- Vernisaj la București
- Expoziție outdoor la București
- Expoziție indoor la Cluj (TIFF)
- Expoziție outdoor la Cluj
- Expoziție indoor la Alba Iulia
- Expoziție outdoor la Alba Iulia



Rezultate

- peste 10.000 de persoane expuse la expozitiile indoor și outdoor
- 600 de invitatii distribuite, 80.000 flyere, 500 de postere, 800 de seturi carti postale cu o selectie a fotografiilor din expozitie
- majoritatea participantilor la vernisaj au spus ca expozitia este neutra



Concluzii



Va multumesc