TISKOVÁ ZPRÁVA

07.09.2021

Dedoles bodoval v soutěži komunikačních projektů Zlatý středník

Z 19. ročníku československé soutěže Zlatý středník, do kterého se Dedoles přihlásil poprvé, jsme si odnesli prestižní ocenění. Ze stovek přihlášených, desítek nominovaných a pod drobnohledem posuzovaných projektů, se Dedoles umístil ve své kategorii FMCG, krása a móda na úžasném druhém místě. Téměř stočlenná odborná porota, složená z odborníků v oblasti komunikace, PR a marketingu hodnotila v tomto ročníku 490 přihlášených projektů.

V době první vlny pandemie COVID-19 představil Dedoles na sociálních sítích svou vlastní výzvu s názvem Dedoles Challenge, v rámci které mohli lidi natáčet videa, jak tancují na známou písničku. Své taneční kreace následně sdíleli na sociálních sítích (FB, IG, TikTok, Youtube) s použitím hastagu **#DedolesChallenge** a s označením **@dedoles**. Odměnou za kreativitu a odvahu podělit se se svým videem byla 100-párová nadílka ponožek***. „I v tom vnímáme jedinečnost našeho projektu, který do slovenských domácností přinesl možnost rozptýlit se od pandemických témat a zároveň v době, kdy dospělí zůstali doma na home officech a děti na distančním vzdělávání, to byla příležitost pro celou rodinu vyzkoušet si společnou aktivitu a vyplnit si volný čas,“*** doplnila PR manažerka společnosti Jana Galera Matúšová.

Výzva sklidila úspěch nejen mezi soutěžícími, o čem svědčí i 4 000 tanečních videí na sociálních sítích, ale i mezi odborníky ze Zlatého středníku. Úvodní video, kterým odstartovala naše kolegyně Dedoles Challenge, si na TikTok-u vysloužilo 344 200 shlédnutí, Instagram story shlédlo 15 000 lidí a Facebookový spot zaujal 53 000 návštěvníků sociální sítě. ***„Cílem projektu bylo zvýšit povědomí o značce Dedoles, naplnit virální možnosti videa, motivovat lidi k zapojení se do soutěže Dedoles Challenge a hlavně dosáhnout u cílové skupiny pozitivního naladění, které by se mohlo spojovat s veselými produkty,“*** řekla PR manažerka Dedoles.

O soutěži Zlatý středník

Zlatý středník je profesní soutěž hodnotící od roku 2002 nejen firemní média, ale i nejlepší komunikační projekty vznikající jak v Česku, tak i na Slovensku. Odborná porota, kterou tvoří profesionálové z oblasti PR, komunikace a marketingu, posuzuje a porovnává ty nejzajímavější osobnosti a PR agentury z obou států. Vyhlašovatelem soutěže je odborná organizace PR klub, která sdružuje více než 270 profesionálů z oblasti Public Relations a komunikace ve spolupráci s Asociací mluvčích Slovenska (AHS). Zakladatelem soutěže je Marek Hlavica a skleněné ceny Zlatého středníku vytvořila Ľuba Bakičová.

Soutěžící měli možnost v 19. ročníku Zlatého středníku přihlásit svoje projekty do 28 kategorií:

1. Externí časopis a noviny,
2. Interní časopis a noviny,
3. Elektronický časopis a blog,
4. Newsletter,
5. Brožura, katalog a leták,
6. Výroční zpráva,
7. Webové stránky,
8. Mobilní aplikace a inovace,
9. Audio a video prezentace,
10. PR event,
11. Využití sociálních sítí a influencer marketing,
12. Struktura, obsah a storytelling,
13. Kreativní idea,
14. Nízký rozpočet a jeho efektivita,
15. Interní komunikace a employee engagement,
16. Krizová komunikace, komunikace změny a public affairs,
17. Launch, relaunch, rebranding,
18. Společenská zodpovědnost a udržitelnost,
19. Integrovaná kampaň,
20. Auto-moto a doprava,
21. Finanční služby
22. FMCG, krása a móda,
23. Neziskový sektor,
24. Průmysl, strojírenství a energetika,
25. Sport, zábava, umění, média, cestovní ruch a gastronomie,
26. Telekomunikace a IT,
27. Veřejný sektor a politická komunikace,
28. Zdravotní péče a farmacie

Víc informací vám poskytne:

Jana Galera Matúšová, PR manager

e-mail: jana.matusova@dedoles.sk

Tel: +421 907 805 241

https://www.dedoles.sk/

https://www.instagram.com/dedoles/

https://www.facebook.com/Dedoles