TLAČOVÁ SPRÁVA

07.09.2021

Dedoles bodoval v súťaži komunikačných projektov Zlatý středník

Z 19. ročníka československej súťaže Zlatý středník, do ktorého sa Dedoles prihlásil po prvý raz, sme si odniesli prestížne ocenenie. Spomedzi stoviek prihlásených, desiatok nominovaných a pod drobnohľadom posudzovaných projektov sa Dedoles umiestnil vo svojej kategórii FMCG, krása a móda na úžasnom druhom mieste. Takmer stočlenná odborná porota, pozostávajúca z odborníkov v oblasti komunikácie, PR a marketingu hodnotila v tomto ročníku spolu 490 prihlásených projektov.

V čase prvej vlny pandémie COVID-19 predstavil Dedoles na sociálnych sieťach svoju vlastnú výzvu s názvom Dedoles Challenge, v rámci ktorej mohli ľudia natáčať videá, ako tancujú na známu pesničku. Svoje tanečné kreácie následne zdieľali na sociálnych sieťach (FB, IG, TikTok, Youtube) s použitím hashtagu **#DedolesChallenge** a označením **@dedoles**. Ako odmena za kreativitu a odvahu podeliť sa so svojím videom bola 100-párová nádielka ponožiek***. „Aj v tom vnímame jedinečnosť nášho projektu, ktorý do slovenských domácností priniesol možnosť rozptýliť sa od pandemických tém a zároveň v čase, kedy doma zostali dospelí na home officoch a deti na dištančnom vzdelávaní, to bola príležitosť pre celú rodinu vyskúšať si spoločnú aktivitu a vyplniť si voľný čas,“*** doplnila PR manažérka spoločnosti Jana Galera Matúšová.

Výzva zožala úspech nielen medzi súťažiacimi, o čom svedčí aj 4 000 tanečných videí na sociálnych sieťach, ale aj medzi odborníkmi zo Zlatého středníka. Úvodné video, ktorým odštartovala naša kolegyňa Dedoles Challenge, si na TikTok-u vyslúžilo 344 200 zhliadnutí, Instagram story zhliadlo 15 000 ľudí a Facebookovú spot zaujal 53 000 návštevníkov sociálnej siete. ***„Cieľom projektu bolo zvýšiť povedomie o značke Dedoles, naplniť virálne možnosti videa, motivovať ľudí zapojiť sa do súťaže Dedoles Challenge a hlavne dosiahnuť u cieľovej skupiny pozitívne naladenie, ktoré by sa s veselými produktmi malo spájať,“*** povedala PR manažérka Dedolesa.

O súťaži Zlatý středník

Zlatý středník je profesijná súťaž, hodnotiaca od roku 2002 nielen firemné médiá, ale aj najlepšie komunikačné projekty vznikajúce ako v Česku, tak aj na Slovensku. Odborná porota, ktorú tvoria profesionáli z oblasti PR, komunikácie a marketingu, posudzuje a porovnáva tie najzaujímavejšie osobnosti a PR agentúry z oboch republík. Vyhlasovateľom súťaže je odborná organizácia PR klub, ktorá združuje viac ako 270 profesionálov z oblasti Public Relations a komunikácie v spolupráci s Asociáciou hovorcov Slovenska (AHS). Zakladateľom súťaže je Marek Hlavica a sklenené ceny Zlatého středníku vytvorila Ľuba Bakičová.

Súťažiaci mali možnosť v 19. ročníku Zlatého středníka prihlásiť svoje projekty do 28 kategórií:

1. Externý časopis a noviny,
2. Interný časopis a noviny,
3. Elektronický časopis a blog,
4. Newsletter,
5. Brožúra, katalóg a leták,
6. Výročná správa,
7. Webové stránky,
8. Mobilná aplikácia a inovácia,
9. Audio a video prezentácia,
10. PR event,
11. Využitie sociálnych sietí a influencer marketing,
12. Štruktúra, obsah a storytelling,
13. Kreatívna idea,
14. Nízky rozpočet a jeho efektivita,
15. Interná komunikácia a employee engagement,
16. Krízová komunikácia, komunikácia zmeny a public affairs,
17. Launch, relaunch, rebranding,
18. Spoločenská zodpovednosť a udržateľnosť,
19. Integrovaná kampaň,
20. Auto-moto a doprava,
21. Finančné služby
22. FMCG, krása a móda,
23. Neziskový sektor,
24. Priemysel, strojárstvo a energetika,
25. Šport, zábava, umenie, médiá, cestovný ruch a gastronómia,
26. Telekomunikácia a IT,
27. Verejný sektor a politická komunikácia,
28. Zdravotná starostlivosť a farmácia

Viac informácií 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