

## Marketingová a komunikační strategie

### CELOREPUBLIKOVÁ PROPAGACE

#### online

- sociální sítě (Facebook, Instagram, Youtube atd.)
- placená reklama v online prostředí (Meta Ads, Google Ads)

#### offline

- reklama v kinech a další propagace snímku spojená s kiny
- outdoor/indoor reklama

#### média

- placená reklama v médiích
- PR

#### partnerství a spolupráce

- partneři snímku a spolupráce na propagaci

#### sociální sítě

Ve spolupráci s naší PR manažerkou Gábinou Vágner jsme započali v dostávání natáčení filmu do povědomí budoucích diváků a v rámci sociálních sítí (Facebook a Instagram) navazujeme na úspěšný oficiální účet předchozího filmu na obou sítích, kde budeme sdílet ukázky z filmu, fotografie z natáčení, zajímavé články o projektu a jeho hercích a tvůrcích, rozhovory, teaser, trailer, zajímavosti o natáčení. Dále se chceme zaměřit na fanouškovské skupiny knih Evžena Bočka a na milovníky historie – a do těchto skupin sdílet informaci o vzniku filmu a jeho uvedení do distribuce. Tradičně spolupracujeme s Filmovým centrem České televize, které u všech filmů, jež v koprodukcí ČT vznikají, spolehlivě zveřejňuje info o filmu, teasery a trailery, info o premiéře a vstupu do kin.

Propagace filmu **Aristokratka ve varu** na sociálních sítích začala během natáčení, kde uveřejňujeme fotky a videa z průběhu natáčení a podporujeme tak intenzivní zájem fanoušků. Součástí této fáze jsou také „making of“ videa, se kterými budeme pracovat v rámci Facebooku, Instagramu a YouTube před samotnou premiérou. I během postprodukce bude důležité udržet fanoušky informované o dění kolem filmu. Během postprodukce počítáme s převahou fotografií a videí z natáčení, protože jsou pro publikum mnohem atraktivnější než záběry ze střizny či zvukové postprodukce. Cílem této fáze je udržet fanoušky zapojené a zajímající se o dění kolem filmu.

Těsně před uvedením filmu do distribuce se bude frekvence kampaně na sociálních sítích postupně zvyšovat, aby se co nejdříve zvýšil zájem o film a přilákal co nejvíce diváků zejména v premiérovém období. Pro tento účel vytvoříme širokou škálu video materiálů, které budou prezentovat postavy, lokace a jiné zajímavosti o filmu. Po premiéře pak budeme zveřejňovat i nepovedené nebo vystřížené scény.

Po uvedení filmu v kinech se frekvence kampaně na sociálních sítích sníží, ale stále budeme pravidelně publikovat novinky ohledně promítání v kinech, na speciálních projekcích s NPÚ či uvedení snímku na online platformě Voyo. Také budeme sledovat případný zájem festivalového publika, pořadatelů žánrových akcí či ocenění v různých kategoriích diváckých i odborných cen.

#### placená reklama v online prostředí (Meta Ads, Google Ads)

Pro oslovování konkrétní specifické cílové skupiny diváků budeme využívat placenou podporu – sponzoring – na Meta Ads (dříve Facebook Ads) a Google Ads.

#### reklama v kinech

Reklama v kinech hraje v propagaci našeho filmu velmi důležitou roli. Proto považujeme za klíčové mít vysoce kvalitní teaser, trailer a vizuál filmu, které chceme nasadit do kin s velkým předstihem – ideálně více než 3 měsíce před premiérou. Trailer, stejně jako plakáty, bannery a stojky, budeme chtít nasadit do kin minimálně 6 týdnů před premiérou. Kromě toho plánujeme využít všech dalších komunikačních kanálů, které jsou v kinech k dispozici, jako jsou LCD a CLV obrazovky, panaflexy, hero stěny, branding webu a další, abychom maximalizovali dosah reklamní kampaně.

Dále plánujeme propagovat náš film v malých jednosálových kinech v regionech prostřednictvím našeho distribučního partnera společnosti Falcon. Zde se zaměříme na vytvoření partnerské spolupráce s konkrétními kiny a budeme podporovat promítání našeho snímku v rámci podzimního představení projektového obsahu distribuční společnosti Falcon, které pořádá pro provozovatele kin z celé republiky. Také jsme připraveni vyjet v rámci předpremiér či speciálních projekcí do regionů s herci na besedy a podobně. Počítáme také s aktivací místních médií. Tímto způsobem se pokusíme zaujmout a oslovit publikum mimo velká města a ukázat, že i v regionech je možné vidět kvalitní a zajímavé filmy.

#### outdoor/indoor reklama

V rámci venkovní reklamy plánujeme navázat partnerské vztahy s největším provozovatelem outdoor reklamy v ČR, společností Big Media. Chceme být v rámci outdoor reklamy maximálně kreativní a využít kromě hlavního plakátu i takzvané character postery, které budou souznít s vizuální stránkou kampaně. Zaměříme se především na plochy, které bude možné získat za "last minute" sazby.

Konkrétní podoba kampaně bude záviset na nabídce dostupných ploch. Ideální kombinací by bylo využít následující plochy:

- síť CLV plakátů v Praze v prostorách stanic metra
- síť CLV plakátů v regionech
- síť Rengl – celorepublikový výlep A1 plakátů

#### reklama v médiích

Tuto reklamu realizujeme především prostřednictvím našich hlavních mediálních partnerů, které se snažíme vybírat s ohledem na naši cílovou skupinu a také s ohledem na zaměření našeho filmu na mimopražské publikum. Rádi bychom také navázali na předchozí spolupráci na filmu *Poslední aristokratka*. Naše ideální představa je:

**televize:** Česká televize (v rámci koprodukčního vstupu) – spoty, jingly

**rádia:** celoplošné rádio, nejlépe Radiožurnál či Český rozhlas Dvojka - spotová kampaň + rozhovory v pořadech stanice

**časopisy:** např. Svět ženy, Apetit, TV magazín, Květy/Glanc/Vlasta, Mladý svět, Cinema – inzerce + články a rozhovory s herci a tvůrci

**internet:** Totalfilm.cz – bannerová kampaň, reportáže, články rozhovory a další video content Mediální kampaň bude dále posílána prostřednictvím placené reklamy nebo případně také přes mediální partnerství v dalších a lokálních médiích jako například:

- regionální rádia – síť Cinestar – spotová kampaň + PR
- vybraná regionální rádia (Rádio Haná, Krokodýl apod) – spotová kampaň + PR

#### **PR**

- \* Organizace press day na place za účasti vybraných novinářů
- \* Příprava presskitu jako základního stavebního materiálu pro média, partnery, distributora, provozovatele kin a další
- \* Tvorba a distribuce tiskových zpráv připravovaných k jednotlivým milníkům natáčení/distribuce – začátek natáčení, konec natáčení, zásadní momenty v postprodukčním období, uvedení teaseru/traileru, slavnostní premiéra, úspěšnost filmu v kinech atd.
- \* Příprava speciálních článků, rozhovorů, případně reklamních textů v rámci kampaní
- \* Krizový management v případě nečekaných situací
- \* Spolupráce s partnery filmu a zajištění jejich potřeb v rámci propagace
- \* Příprava a obsluha úložiště s materiály k filmu s přístupností médiím
- \* Domluva rozhovorů pro jednotlivé herce a tvůrce filmu ve všech typech médií, zajištění produkce, případná editace textů, výběr foto materiálů atd.
- \* Tisková konference/setkání s novináři před premiérou filmu
- \* Účast na případných regionálních předpremiérách, zajištění účasti místních médií
- \* Aktivní tvorba a správa sociálních sítí filmu, copyright, komunikace s fanoušky, partnery, kooperace se stránkami herců, fan pages, organizace soutěží a dalších podpůrných akcí
- \* Práce s video a foto materiály z natáčení, distribuce speciálních formátů vyžádaných od jednotlivých médií/partnerů
- \* Práce s médii

#### **Regionální premiéra v Jihomoravském kraji**

Zvláštní pozornost budeme věnovat předpremiéře v Kyjově – vzhledem ke snížené částce podpory bude možné uspořádat v kraji jen jednu premiéru, a to v Kyjově, kde jsme již ve styku s ředitelkou kina Petrou Kyselkovou, štáb a herci se též zúčastní. Premiéru v Kyjově uvede autor předlohy Evžen Boček.

Počítáme s tím, že na kyjovské promítání budou pozváni ti, kteří se na vzniku filmu přímo a nepřímo v kyjovském regionu podílejí. Počítáme také s koordinací s TIC Brno a s pozváním hostů z organizací zřizujících Jihomoravský filmový nadační fond a významných hostů brněnského regionu.

Předpremiéru v Kyjově bychom rádi spojili s oslavou vzniku filmu.