

Klient: Under Armour

Produkt: Běžecské boty Under Armour Velocity Flow

Cíl kampaně: Představení nové běžecské boty UA Velocity Flow.



- Vedlejší cíle:
 - Zvýšení povědomí o nových běžecských botách Velocity Flow a o značce Under Armour.
 - Zvýšení prodeje bot v kamenných obchodech UA a na e-shopu Under Armour.cz.



Background:

Under Armour je americká značka, která vyrábí obuv a sportovní oblečení.

Under Armour založil v roce 1996 bývalý hráč amerického fotbalu Marylandské Univerzity, Kevin Plank. Značka se stala tvůrcem sportovního oblečení, které za pomoci technologií, udržuje tělo sportovců nepřehřáté a suché, ať už při tréninku, nebo při zápase. Produkty Under Armour jsou zaměřeny na výkon/performance a pomáhají sportovcům dosahovat lepších výsledků bez ohledu na to, jestli jsou profesionálními sportovci nebo amatéři. Obě skupiny mají společné to, že se chtějí neustále zlepšovat.

K tomu jim pomáhají nejmodernější technologie, které jsou součástí každého produktu Under Armour. Technologie RUSH je obohacena o minerály a odráží vydané tělesné teplo zpátky do svalů, zlepšuje jejich prokrvení a vy můžete déle sportovat. K urychlení regenerace slouží produkty RECOVER, které se vyznačují keramickým potiskem na vnitřní straně látky. U běžecských bot je klíčová technologie HOVR – tlumící vrstva, která dodává běžcům energii do každého kroku.

V České republice a na Slovensku Under Armour provozuje několik kamenných prodejen Under Armour a také online e-shopy www.underarmour.cz a www.underarmour.sk.

Produkt:

Nová běžecská technologie a platforma FLOW zaměřená na rychlejší běh. Rozšíří tak nabídku běžecských bot a vedle top produktů z kolekce HOVR tak přibude nová modelová řada, kterou bude reprezentovat hlavně model UA FLOW Velocity Wind.

Jedná se o top běžecský model za cenu kolem 4 000 Kč. Detaily, fotografie a vizuály boty jsou prozatím neveřejné.

Začátek prodeje a představení produktu: 3.3.2021

UA FLOW Velocity Wind:

Hmotnost: 241 g. Bota je o 50 g lehčí než současný top běžecký model HOVR Machina a je vhodná pro kratší běhy a pokročilejší běžce a všichni, kteří se pokouší posunout své běžecké rekordy.

Podrážka s technologií FLOW eliminuje nárazy při došlapu a přirozeně podporuje pohyb vpřed. Speciální textura Warp ve vršku je extrémně lehká a dokonale prodyšná.

Unikátní je v tomto segmentu běžeckých bot také technologie UA Record Sensor. Běžecké boty s technologií HOVR a nyní také FLOW mají v sobě zabudovaný Bluetooth čip umožňující připojení k aplikaci UA MapMyRun – více informací o čipu a aplikaci MapMyRun je zde: <https://support.mapmyfitness.com/hc/en-us>.

Challenge: Představení nové běžecké boty UA Flow Velocity Wind v rámci offline nebo online eventů. S cílem zvýšení povědomí o novém běžeckém produktu, značce Under Armour a zvýšení prodejů v rámci e-shopu a kamenných prodejen.

Cílová skupina: Aktivní sportovci a běžci (15-40 let)

Timing a místo: 3.3.2021 (začátek prodeje a oficiální představení boty). Kampaň může částečně probíhat i před samotným představením – upoutávky, seeding produktů apod.

Rozpočet: 440 000 Kč produkce a zajištění aktivace + 160 000 Kč ve zboží Under Armour v doporučených maloobchodních cenách (oblečení/boty/doplňky).

Přijďte s originální, efektivní a v praxi využitelnou aktivací nové běžecké boty Under Armour, a to v rámci offline nebo online prostředí. S cílem zvýšení povědomí o novém běžeckém produktu v cílové skupině a navýšení zákazníků v rámci e-shopu i kamenných prodejen.

Ujistěte se, že Váš nápad/řešení je realizovatelné v praxi a insight i jednotlivé implementační části jsou podloženy relevantními argumenty.

.....

Požadované výstupy: Power Point prezentace mediální strategie (délka ústní/online prezentace 15-20 minut) + Word dokument s podrobným popisem vašeho řešení. Požadovanou strukturu naleznete níže, respektujte prosím uvedený max. počet znaků.

Výstupy odevzdejte do 1. prosince 2020 na stránkách www.creativechallenge.cz, kde také naleznete videa, která Vám napomohou při zpracování jak komunikační strategie, tak i samotné prezentace.

Kritéria hodnocení: Práce budeme hodnotit nejen s ohledem na jejich relevanci k zadání a návaznost na analytickou část, ale porota bude klást důraz i na originalitu, kreativitu a inovativnost navrhovaného řešení. Kritériem bude i zpracování odevzdaných materiálů a kvalita vaší osobní prezentace.

.....

Požadovaná struktura popisu řešení ve Wordu:

Název týmu: _____

Jména členů týmu: _____

Popis vašeho řešení:

Uveďte prosím detailní informace o vaší strategii a plánovaných aktivitách. Můžete se inspirovat našimi otázkami, ale neváhejte uvést cokoli, co je podle vás důležité. Dbejte prosím na maximální počet znaků, který je uveden u každé části.

Nápad

Na jakém insightu je vaše strategie založena? Čím je váš nápad jedinečný a netradiční? Čím by měl klienta zaujmout? Je v něčem inovativní? (max. 1000 znaků)

Strategie

Jak byste shrnuli a zdůvodnili své doporučení a jeho vhodnost pro dosažení cílů kampaně? Jaký doporučujete media mix a proč? (max. 1500 znaků včetně mezer)

Realizace a měření výsledků

Jak si představujete realizaci navržené strategie v praxi? Jakým způsobem si budete ověřovat, že vaše kampaň funguje? Jaké metriky zvolíte pro ohodnocení úspěšnosti kampaně? (max. 800 znaků včetně mezer)

.....