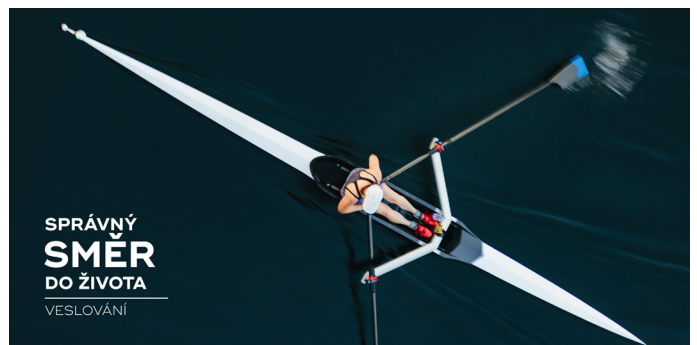
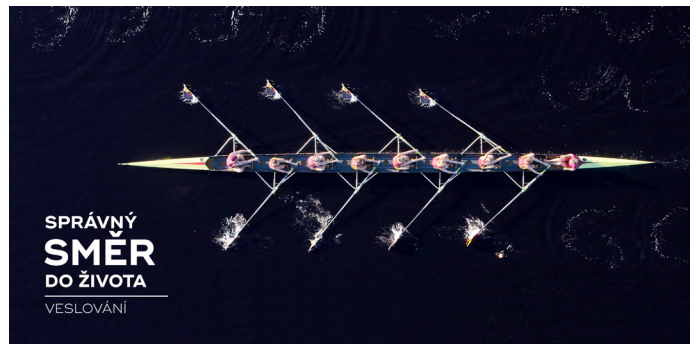


# Kampaň VESLOVÁNÍ







Realizace kampaně, která byla pracovně nazvaná Think Rowing má za úkol představení veslování jako „nejlepšího sportu na světě“.

## **VESLOVÁNÍ – Komplexní strategie reklamní kampaně**

### **Koho chceme oslovit? / Cílová skupina**

1. Široká veřejnost – partneři pro spolupráci
2. Široká veřejnost – rodiče pro nábor
3. Široká veřejnost – sportovci ostatních sportů pro nábor
4. Široká veřejnost – hobby zájemci pro spolupráci
5. Odborná veřejnost a média – pro spolupráci
6. Komunita – pro pocit hrdosti a pro spolupráci
7. Komunita – vrcholoví sportovci – pro pocit hrdosti a pro spolupráci

### **Co chceme zdůraznit? / Témata**

1. Atraktivní prostředí
2. Přirozené spojení s přírodou
3. Týmová spolupráce
4. Mužské a ženské disciplíny společně
5. Komunita a tradice
6. Sport chytrých lidí a cesta ke vzdělání
7. Skvělý základ pro úspěšný civilní život
8. Sport pro všechny generace
9. Olympijský a úspěšný sport
10. Komplexnost pohybu
11. Překonávání vlastních limitů
12. Mentální relaxace
13. Výdrž a sebekázeň

## **Jak to chceme promovat? / Grafické řešení**

1. Spojení sloganu a atraktivní fotografie ke každému tématu
2. Grafická kontinuita témat s variantním řešením pro jednotlivé komunikační kanály
3. Jednoduché bannery pro online i print kampaně
4. Variantní linie – např. čb a barevné řešení
5. Zapojení osobností, resp. využití jejich tváří

## **Jak to chceme promovat? / Komunikační kanály**

1. **Online – nový web** sociální sítě ČVS
2. Online – ostatní weby ČVS a eventů
3. Online – klubové weby
4. Online – kanály partnerů ČVS
5. Online – placený plán na soc. sítích
6. Print – při eventových kampaních
7. Print – outdoor/indoor bannerová kampaň při eventech
8. TV – sponzorské vzkazy v designové linii kampaně při přenosech eventů

## **Cesta k zahájení úspěšné kampaně... / Technické řešení a odpovědnost**

1. Tvorba sloganů s využitím veslařské komunity
2. Výběr atraktivních obrázků
3. Grafické řešení kampaně – externí dodavatel
4. Výroba kompletní designové řady – online bannery, online spoty, tiskové formáty
5. Precizní časový plán nasazování kampaně v roce 2025
6. Výběr externí agentury pro sestavení případného placeného plánu
7. Extra komunikace s TV – bez externí agentury

## **Jak dál? / Navazující kampaně**

Na komplexní kampaň VESLOVÁNÍ navazuje NÁBOROVÁ kampaň zaměřená více na samotný pohyb, s využitím vybraných témat z kampaně komplexní.

Příklady přidaných témat:

- 1) Komplexní posilování těla
- 2) Výborná kondice a výdrž
- 3) Šetrnost k tělu