

SVATBA KARLA GOTTA

/Business-to-Consumer PR/

SHRNUTÍ PROJEKTU

Skutečnost, že se mnohonásobný Zlatý slavík, idol několika generací fanynek po celém světě – zpěvák Karel Gott – ve svých 70 letech oženil, byla zprávou, která obletěla svět. Zpěvák, který si za normálních okolností veškeré vztahy s médii řídí osobně, se rozhodl v tomto případě výjimečně použít služeb agentury. Jejím úkolem bylo synchronizovaně zveřejnit informaci o svatbě v jeden okamžik pro všechny cílové trhy (celosvětově) a koordinovat požadavky médií tak, aby novomanželé mohli nerušeni strávit svatební cestu a u médií přitom nepřevládlo negativní naladění z nedostatku ochoty poskytovat ihned po svatbě rozhovory. Projekt byl zakončen oficiálním veřejným přivítáním novomanželů po jejich návratu domů. Komunikace svatby Karla Gotta zaznamenala extrémní publicitu v desítkách zemí světa, akce pro média po příjezdu novomanželů představovala mnohahodinový maraton fotoseancí a rozhovorů pro více než 100 novinářů z ČR.

KOMUNIKAČNÍ PŘÍLEŽITOSTI X RIZIKA

Nejvýraznější příležitostí byla sama osobnost klienta

Zpráva o svatbě zpěváka-idolu má z definice zaručenu pozornost médií daleko za hranicemi ČR; pro agenturu je nezměrná zpěváková popularita o to více zavazující, neboť sebemenší chyba v postupu by mohla citelně poškodit osobní reputaci Karla Gotta a zmařit smysl projektu.

Riziko spočívalo především v možnosti úniku informací

Zpěvák, jenž je znám v desítkách zemí po celém světě, patří mezi celebrity, jež jsou bulvárními médii sledovány prakticky neustále. Riziko úniku bylo proto v tomto případě nadstandardně vysoké.

STRATEGICKÝ POSTUP

- **Jednotné, neexkluzivní informování o události** - žádné z médií z kterékoli země tak nemohlo namítnout jakkoli diskriminační přístup ze strany agentury. Určená, předem vymezená suma autorizovaných informací byla poskytována podle stanoveného plánu všem médiím, jež projevila o téma zájem.
- **Mezinárodní synchronizace vydání zprávy** - načasování bylo stanoveno na dobu, která z hlediska odlišných časových pásem zaručovala, že informace budou uvolněny na maximálním množství trhů jednotně v době, kdy mohou být médii objektivně využity.
- **Uzavření gentlemanské dohody s médii** – ta spočívala v žádosti o poskytnutí týdenního mediálního klidu novomanželům výměnou za příslib poskytnutí osobního rozhovoru s manželským párem při první organizované příležitosti zástupcům každého média, jež o to projeví zájem. Tento princip byl naplněn společným setkáním s novináři po přiletu a následnou sérií samostatných rozhovorů.

FÁZE A AKTIVITY PROJEKTU

Utajení

Ihned po ukončení svatebního obřadu musela agentura s klientem připravit znění základního oznámení, jež bude s několikahodinovým odstupem celosvětově zveřejněno. Zatímco novomanželé trávili svatební den i slavnostní večeři v Los Angeles, v ČR byl připraven krátký balíček informací a malá série fotografií pro média; příprava oznámení se odehrávala ve zpřísněném režimu utajení.

Zveřejnění

Vydání zprávy bylo načasováno na moment, kdy novomanželé na závěr svatebního dne odeslali SMS zprávy nejbližším příbuzným a bezprostředně poté vypnuli mobilní telefony; od té chvíle nebyli fakticky pro vnější svět dosažitelní.

Tiskové sdělení bylo vydáno v ČR, na Slovensku, v Německu, Rakousku, Polsku, Rusku, Francii – pro další zahraniční trhy byly využity zahraniční tiskové agentury, jejichž korespondenti jsou akreditováni v ČR nebo některé z okolních zemí.

Klid pro novomanžele

Od uveřejnění informace byla média požádána o poskytnutí několika dnů klidu novomanželům k dokončení jejich svatební cesty. Veškeré dotazy a poptávky médií, jež od okamžiku zveřejnění začaly do agentury docházet, byly evidovány a v jednodenních intervalech předávány klientovi pro informaci. Na jejich základě byl průběžně připravován plán rozhovorů, jež budou poskytnuty po návratu páru domů. Současně bylo chystáno první setkání s novomanželi po návratu.

Přivítání novomanželů

Mediální akce připravená na první den po návratu manželské dvojice ze svatební cesty byla koncipována jako kombinace společenského setkání s přípitkem novomanželům, po níž následoval několikahodinový seriál osobních rozhovorů poskytovaných médiím jednotlivě, na bázi garantované exkluzivity.

První část setkání, tj. **přivítání s přípitkem** a následný brífink, byla uzpůsobena především potřebám fotoreportérů a kameramanů. Triumfální příchod novomanželské dvojice, krátké proslovy, slavnostní přípitek, otázky a odpovědi a následně fototermin pro kamery. Této části

akce se zúčastnilo přes 130 novinářů, z toho více než polovinu tvořili kameramani a fotografové.

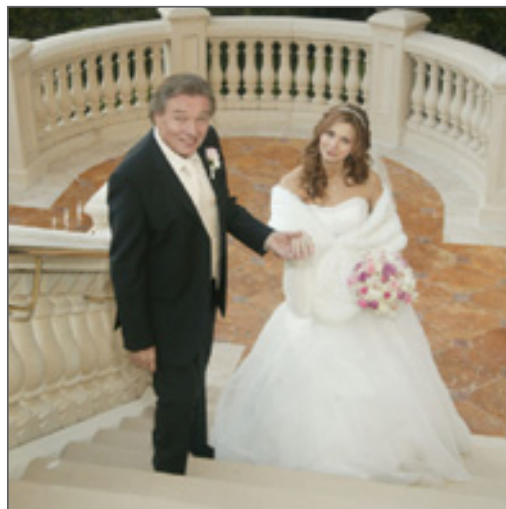
V druhé části akce se novomanželé přemístili do vybraného apartmá, kde poskytovali individuální rozhovory všem médiím, jež o to při prezenci projevila zájem. Celkem takto poskytli do skončení akce 24 rozhovorů pro média šesti zemí, včetně několika televizních štábů. Akce byla ukončena teprve ve chvíli, kdy každé médium, jež o to stálo, dostalo možnost rozhovoru.



DOSAŽENÉ VÝSLEDKY

- Úvodní informaci o svatbě se podařilo udržet v utajení až do okamžiku oficiálního zveřejnění (načasováno na 15.30 h SEČ), přičemž ještě v den zveřejnění zprávu převzala média většiny evropských a řady vzdálených zemí (včetně médií států, o jejichž existenci ví v ČR jen příslušný odbor Ministerstva zahraničí).
- Dosažená publicita v prvních třech dnech od zveřejnění v ČR i v zahraničí několikanásobně přesáhla i nejatraktivnější témata, jež agentura ve své historii komunikovala.
- Striktní koordinace mediálních poptávek a dodržení principu mediálního klidu bez výjimek až do organizovaného setkání pro média bylo médii hodnoceno jako korektní postup chránící manželský pár.
- Rozsah akce pro média byl v první i druhé části co do účasti novinářů i počtu a délky bezprostředně po sobě poskytnutých rozhovorů v našich podmínkách zcela ojedinělý.
- Osobní poděkování Karla Gotta, stejně jako uznání z pera šéfredaktorů společenských titulů bylo pro agenturu větším zadostiučiněním, než honorář kryjící náklady akce.

(1) Ukázky fotografií z první sady pro média



(2) Kamery zachycují příchod manželského páru



(3) První vystoupení novomanželů před médii



(3) První vystoupení novomanželů před médii



(4) Seriál 24 individuálních rozhovorů pro média sedmi zemí

