

Nalad'te se, začínáme!



Sweet Brno

B | R | N | O

A nighttime photograph of a city street in Brno, Czech Republic. The scene is illuminated by streetlights and building lights. On the left, there is a building with a classic facade and a cafe with a Coca-Cola awning. People are sitting on the ground in front of the cafe. On the right, there is a tall, ornate building with a curved facade and a dark roof. A streetlight is visible on the right side. A large red rectangle is overlaid in the center of the image, containing white text.

**Destinační
značka
#brnotruestory**

B | R | N | O

Brno. True Story.

Aneb jak se město chlubí
svým největším bohatstvím -
a sice **lidmi**.

B | R | N | O

Obsah Prezentace

1

Marketingové nástroje, na kterých jsme kampaň postavili

2

Cíle kampaně

PROČ?
NA KOHO?
KAM?
ČÍM?

3

Videoobsah

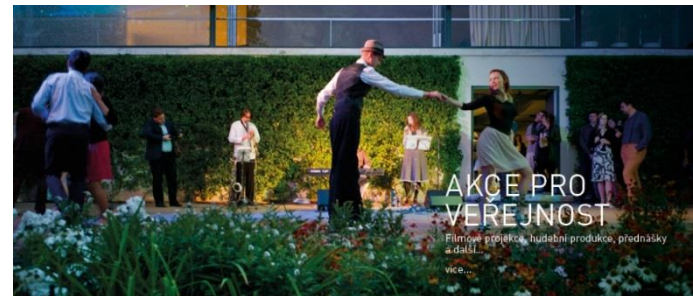
gify
influenceri
expati
osobnosti

4

Press Trips

Vize města

Město Brno je v roce 2020 vnímáno mezi tuzemskými i zahraničními návštěvníky jako živé a duchem mladé město, s autentickou atmosférou, bohatou kulturní nabídkou a unikátní architekturou, která žije. Atraktivní a živé centrum města je hýčkaným srdcem metropole, které se neustále rozvíjí a překvapuje. Brno je vstupní bránou pro návštěvníky Jižní Moravy.



B | R | N | O

**Marketingové
nástroje, na
kterých jsme
kampaň
postavili**

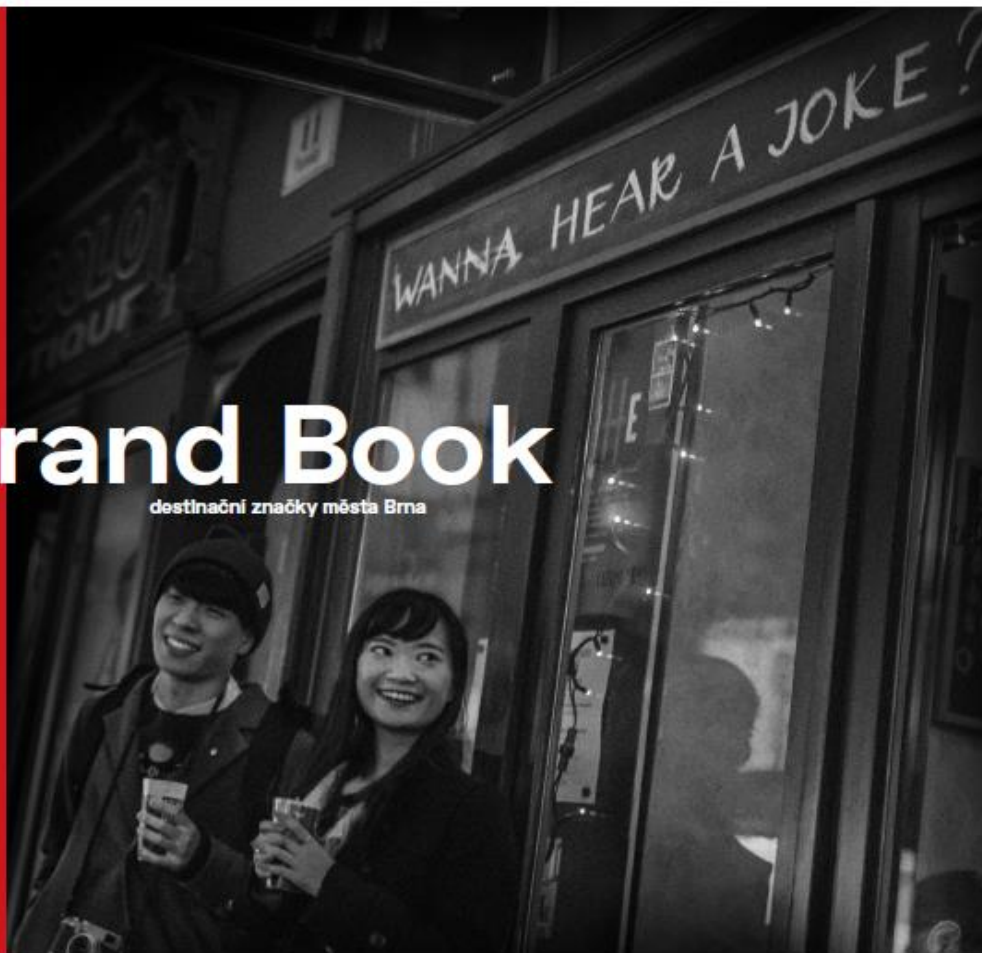
B | R | N | O



Brandbook jako nová „ústava“ destinační značky

Brand Book

destinační značky města Brna



Přesvědčení

O ČEM JSME PŘESVĚDČENI

Tohle město
je díky svým lidem
a komunitám každý
den lepší.

Brand Book
destinační značky města Brna



B | R | N | O

Nový styl komunikace Brna

1. Lidé mají přednost.

Všechny formáty staví lidi před památky.

2. Bohatá historie, živá současnost.

Kontrast barevný hashtag versus černobílá fotografie památek.

3. Umění (si) žít.

Atributy a symboly požitkářství. Káva, víno, drinky, ovoce.

4. Neformální, autentický příběh.

Příběh, kterému je možné věřit.

5. Podpis True Story.

Včetně hashtagu #brnotruestory.

Vizualita

GO TO BRNO ←

POZNEJTE BRNO OCHUTNEJTE BRNO BAVTE SE V BRNĚ BRNO PRAKTICKY

#brnotruestory

Brno. To nechceš vidět, to chceš prožít.

Milujeme lidi. A jejich příběhy. Čím autentičtější, tím lepší.

#truestory

BEZ ŘEČÍ K VIDEĀM

↓

B | R | N | O

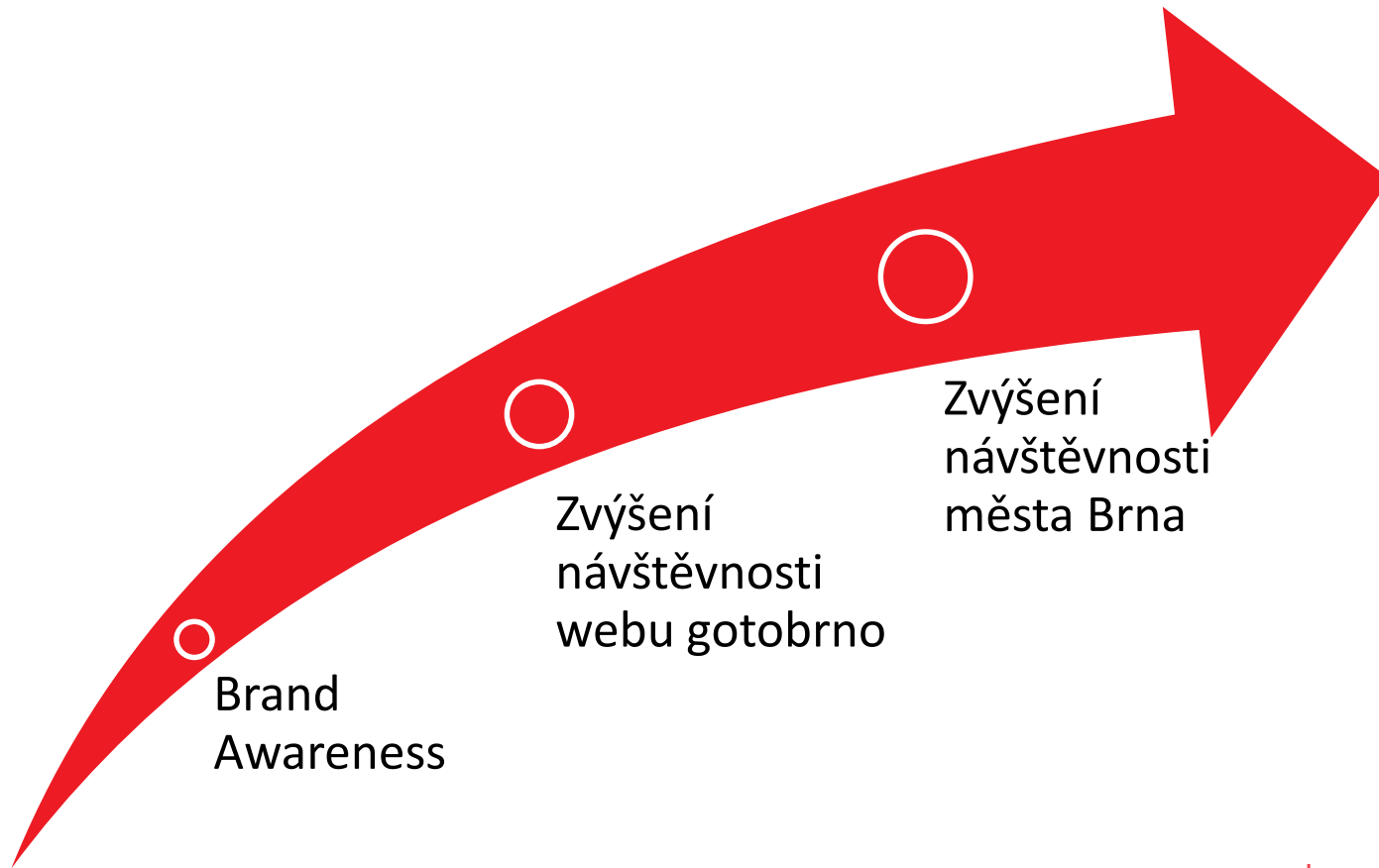
Cíle kampaně.

**PROČ?
NA KOHO?
KAM?
ČÍM?**

B | R | N | O



PROČ jsme cílili



NA KOHO jsme cílili

Mladí dospělí



B | R | N | O

KAM jsme cílili

Primární země

→ Německo , Slovensko, Polsko, Jižní Korea

Sekundární země

→ Británie, USA, Rakousko, Španělsko, Japonsko, Itálie

Terciární země

→ Švédsko, Dánsko, Rusko, Maďarsko, Tchajwan, Norsko

...a jak jsme ho použili



Print a outdoor

B | R | N | O

...a jak jsme ho použili



Veletřhy a merch



...a jak jsme ho použili



Facebook

B | R | N | O

...a jak jsme ho použili



Instagram



B | R | N | O

Výsledky v online

Facebook

- **47** postů
- Počet fanoušků rostl o **47 %** rychleji než ve srovnatelném období předchozího roku → Přes **8 000** fanoušků
- Osloveno přes **4,5 milionu** unikátních uživatelů
- **16 274** reakcí
- **20 990** prokliků na landing page

Instagram

- **47** postů
- Počet sledujících vzrostl o **509 %**
- Přes **1800** sledujících
- Osloveno přes **2,6 milionu** unikátních uživatelů
- **602 070** reakcí
- **10 830** prokliků na landing page

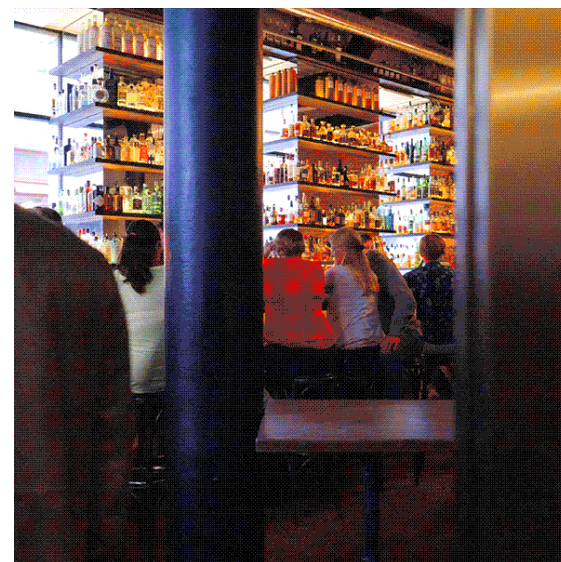
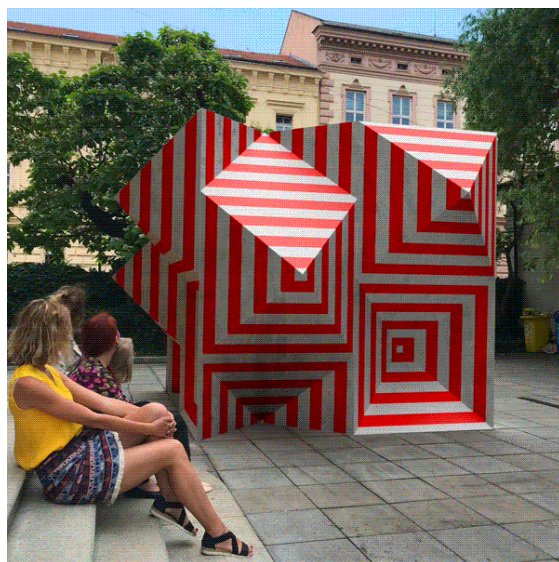
Videoobsah

**gify
influenceri
expati
osobnosti**

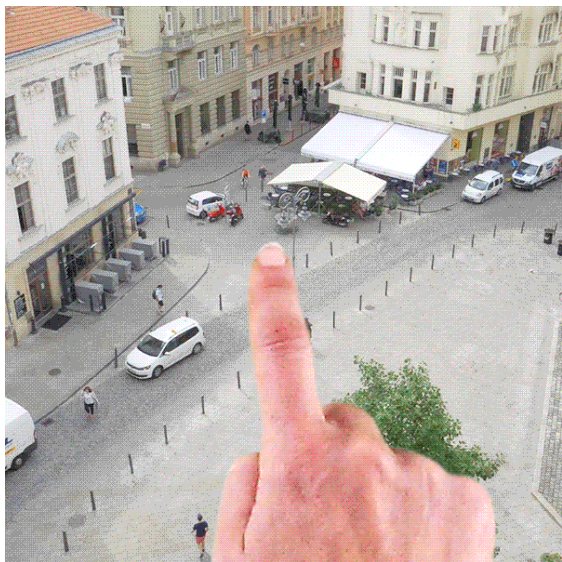
B | R | N | O



Videoobsah - gify



Videoobsah - gify



Videoobsah – spolupráce s místními influencery



Magic Brno



Videoobsah – spolupráce s místními influencery



Love&Hate

B | R | N | O

Jaký je výsledek

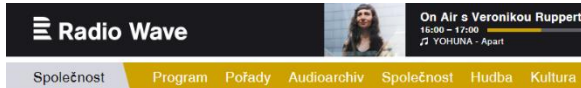
→ Videa zhlédlo jen na platformách GOtoBRNO a BrnoMyCity (Facebook, Youtube, Twitter) **901 432 uživatelů**

→ Z toho **285 231** Sweet Brno, **135 458** Magic Brno a **480 743** Love & Hate

→ Videa získala **29 675 reakcí**

→ Z toho **9 016** Sweet Brno, **1 141** Magic Brno a **19 518** Love & Hate

Jaké byly reakce



Rozkopané ulice, kroj a dobré kafe. Město se může propagovat dobře, špatně, nebo jako v Brně

16. říjen 2018 | Prolomit vlny



Zneuctění kroje a zvyků, zlobí se lidé na Facebooku

Brno je tak krásné město, rozm*dané, ale přesto.. Oficiální VIDEO má nalákat turisty, Brňané se nestačí divit

PUBLIKOVÁNO 08:47, 16. října 2018 | Autor: Lucie Kratochvílová / Globe24.cz

Město Brno od jara letošního roku používá novou destinační značku #brnotruestory. Tato značka využívá k propagaci města zážitky a místní obyvatelé, díky čemuž jsou podle brněnského magistrátu vyprávění autentická. Jedno takové video s touto značkou ale vyvolalo pořádný rozruch.



Press Trips



Forget Prague - Here's Why You Should Visit Brno



Like Share 189 people like this. Be the first of your friends.

STÄDTEREISEN TSCHECHIEN

Sind Prag und Brünn das neue Berlin?

Prag war immer romantisch und alteuropäisch. Inzwischen entsteht dort jedoch eine gastronomische Kultur, die ziemlich lässig daherkommt. Womöglich noch cooler ist mittlerweile aber die Szene in Brünn.

Veröffentlicht am 30.06.2017 | Lesedauer: 7 Minuten



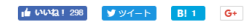
Von **Tilman Krause**
Leitender Feuilletonredakteur



トップ > 編集者ブログ > チェコの天文時計を巡る旅、ブルノ編

チェコの天文時計を巡る旅、ブルノ編 (1/1)

2019.01.06



チェコ第2の都市であり、モラヴィア地方の中心であるブルノ。この町の大聖堂にはかつて画家アルフォンス・ミュシャが聖歌隊として通い、西外れの修道院では通信学者のメンデルが、司祭としての生活の傍らでエンドウマメの交配実験を行っていました。多くの文化遺産をのこすブルノには、7校の大学をはじめとする教育機関や美術館、博物館などが集まるほか、モトGP開催地のサーキット場、国際見本市の大会場もあり、新旧のさまざまな要素が交差しています。ここブルノでは、多様なエネルギーがぶつかり合う町を象徴するような不思議な天文時計に出会いました。

取材協力、写真提供：Oldřich Růžic, City of Brno
文：高井智世



B | R | N | O

Výstupy v médiích

Top 10 českých reklamních kampaní roku 2018

Už čtvrtý rok zkušení místní kreativci hodnotí týden co týden v naší **Reklamní katovně** nové tuzemské kampaně. Tady je desítka těch, které se jim letos líbily nejvíc.

Ondřej Aust — 31. 12. 2018 12:30

Věnováno všem kolegům z [MarketingSalesMedia](#), kteří na Reklamní katovně po uplynulá čtyři léta spolupracovali. **Děkujeme, přátelé!**

Deset nejlíp hodnocených kampaní roku podle popravčích [Reklamní katovny](#)

1. Follow Bubble: [Big Mac v ČSSR](#) (55 %) značka, klient: McDonald's
2. WMC Grey, Yo' Mama: [V pitchi fest](#) (55 %) značka, klient: V pitchi fest
3. Fallon Prague: [Nejlepší věci přicházejí ve třech](#) (55 %) značka, klient: Škoda
4. VCCP: [Dobré věci potřebují čas](#) (54 %) značka: Břežňák, klient: Heineken
5. Mustard: [Superfan](#) (53 %) značka: Škoda Motorsport, klient: Škoda Auto
6. WMC Grey: [Pěnožrouti](#) (53 %) značka: Kofola, klient: Kofola ČeskoSlovensko
7. Kaspert/Jung von Matt: [Art of Hunt](#) (53 %) značka: Jägermeister, klient: Rémy Cointreau
8. Zaraguz: [Měníme minusy ojetých vozů na plusy](#) (52 %) značka, klient: Škoda
9. **Aetna, Street Dog: [#Brnotruestory](#)** (52 %) značka, klient: Brno
10. Triad Advertising: [Vrat v máji lásku přírodě](#) (51 %) značka: Lučina, klient: Savencia Fromage & Dairy Czech Republic



“Kampaň na Brno je skvělá jako to město!”

Dokonce i pražské katy dokázala přesvědčit autentická kampaň na Brno od Aetny. Za srdce vzal i děda z Penny. Ale pohodové Vánoce v Globusu od Prušinovského nepřesvědčily.

05. 11. 2018

Odborníci ocenili destinační značku #brnotruestory

17. leden 2019



(gak) – Na konci roku 2017 navrhlo město Brno novou destinační značku #brnotruestory. Kampaň s touto značkou probíhala v průběhu celého loňského roku v online prostoru i tištěných médiích. Brněnská destinační značka byla nyní odborníky oceněna druhým místem v soutěži Velká cena cestovního ruchu v kategorii “Nejlepší jednotná kampaň”.

Soutěž letos podvanácté vyhlásil Odborný portál pro cestovní ruch C.O.T v rámci veletrhu Go a Regiontour.

„Cílem kampaně bylo nejen zvýšit povědomí o destinační značce, ale také ukázat pestrost zážitků na základě autentických příběhů. A to různými pohledy a způsoby, které jsou přizpůsobeny konkrétním online kanálům, a především konkrétním zemím. Brno se prezentovalo image fotografiemi, na kterých si lidé užívají města. Tyto scénáře jsou doplněny brněnskými památkami v pozadí.“

uvedla vedoucí Kanceláře marketingu a zahraničních vztahů MMB Barbora Podhrázká.

Součástí kampaně byly také zábavné gify, které v sobě nesou hodnoty města, a patnáctivteřinová videa, která představují Brno takové, jaké opravdu je. Svůj pohled na město představili také expati, kteří zde žijí.

B | R | N | O

Kde to všechno najdu – gotobrnno.cz/truestory

GO TO BRNO ←

POZNEJTE BRNO OCHUTNEJTE BRNO BAVTE SE V BRNĚ BRNO PRAKTICKY

Čeština

#brnotruestory

Brno. To nechceš vidět, to chceš prožít.

Milujeme lidi. A jejich příběhy. Čím autentičtější, tím lepší.

#truestory

BEZ ŘEČÍ K VIDEĀM

↓

B | R | N | O

**Děkuji
za pozornost.**

True story.

Jana Janulíková, TIC Brno

Barbora Podhrázká, Město Brno

