

ПР Приз 2010  
Категория: ПР събитие



## ГОЛЕМИЯТ ФИНАЛ НА



Април – юни 2009 г.



3 часа  
невероятно шоу

3 големи звезди  
на бийбокса

над 5000 души  
публика

1 шампион

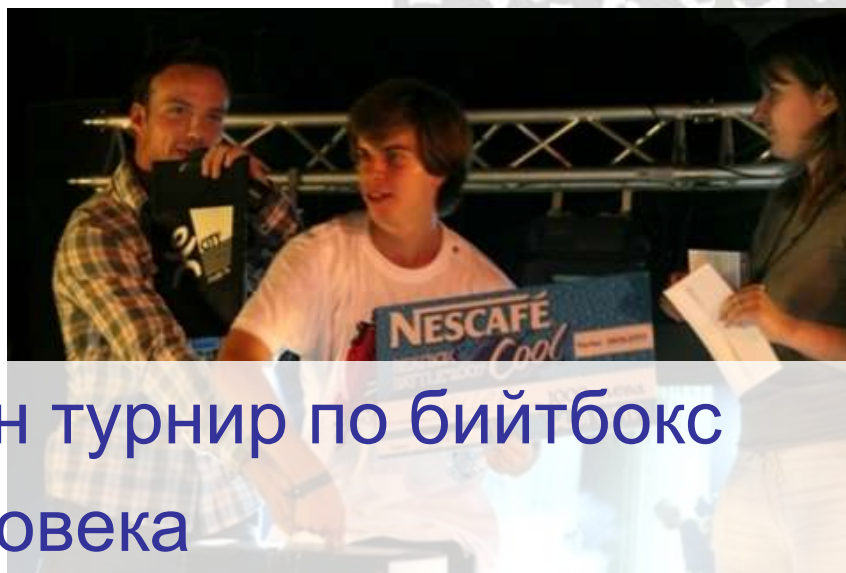


# Турнирът

- Стартира през 2007 г. под егидата на **Nescafe Cool**
- Единственият национален турнир на Балканския полуостров
- Част от календара на **Beatbox Battle Networks**

# В началото...

2007 Първи национален турнир по бийтбокс  
Клуб AMOR – над 500 човека  
30 участника в турнира



2008 Втори национален турнир по бийтбокс  
Клуб Ликьор – над 800 човека  
44 участници в турнира



Цели и целеви аудитории



# Цели на кампанията

- Затвърждаване имиджа на NESCAFE 3in1 като марката с добавена стойност
- Заявяване на ангажираност от страна на NESCAFE 3in1 към таланта на младите хора в България.
- Големият финал да бъде наблюдаван на живо от над 3000 души.
- Осигуряване максимална директна комуникация на бранда в медиите

# Целеви групи

- Млади хора 15 - 28 години, градско население, модерни, отворени за новото, посрещащи предизвикателствата с удоволствие, интересувани се от случващото се по света.
- 28 – 35 годишни с натоварено ежедневиe, основни консуматори на инстантни напитки
- Представители на медиите, в ресорите култура, шоу, новини

# Предизвикателства

- Промяна на бранда
- Голяма сцена на открито
- Участниците

# Планът



# План на кампанията

## 1. Въвеждаща кампания април – май 2009 г.

Първи етап 1 април – 12 май 2009 г.

- Акцент върху записване за участие на сайта на турнира, комуникация на [www.nescafe.bg](http://www.nescafe.bg), на правилата за участие

Втори етап 12 май – 10 юни 2009 г.

- Акцент върху журито, което оценява он-лайн битките, участието на **Skiller Rammon** на световното в Берлин

## 2. Основна кампания 10 юни- 26 юни 2009 г.

- Акцент върху „Събитието на годината” - Големия финал, звездите, които ще участват, активния принос на **NESCAFÉ® 3in1**.

# Целеви медии

## Интернет:

- 359hiphop.bg – най-популярния хип-хоп форум; Vbox7.com
- Музикални сайтове - Хип-хоп форуми
- Новинарски сайтове
- Социални мрежи

## Печатни медии:

Периодични “лайфстайл” издания

## Музикална телевизия:

СИТИ ТВ (партньор)

# План на събитието

- Дата – 26 юни 2009
- Място: Парка пред НДК



# Концепция на събитието

- 3 звезди на световния бийтбокс
- 3 елемента на хип-хопа
- DJ-ing
- BreakDance-ing
- Beatbox-ing

• На 1 сцена!

# Специалните гости

3-те звезди на световния бийтбокс



Faith sfx



RAHZEL a.k.a  
The Godfather  
of Noise

# Елементите

DJ:  
VladeeJ  
DJ-JS1



Break Dance:  
SleepWalking Crew



# Водещите



# Акцент



oxBattle

Реализация на проекта



# Турнирът

- Първи квалификационен кръг  
„Записване” 7 април – 12 май 2009 г.
- Втори квалификационен кръг „Он-лайн битки” 20 май – 10 юни 2009 г.
- Големият финал 26 юни 2009 г.

# ПАРАМЕТРИ НА КАМПАНИЯ :

Екип Агенция ПРИМА :

- 2 PR експерта
- 1 Мениджър продукция и логистика
- 1 дизайнер

Бюджет на събитие:  
70 000 лв.

Продължителност на кампанията:

- Април – 30 юни 2009

Покритие:

- Национално

8 прессъобщения

4 предварителни интервюта със най-голямата звезда на бийтбокс Rahzel

## **Meet&Greet**

Покана до медиите

Специални обявления в училища и университети

# ПАРТНЬОРИ



BeatBoxBattle

финала



### СУПЕРЗВЕДА НА ХИПХОПА ИДАВА У НАС

Според нас ще стане следващата най-голяма звезда до момента у нас бийтбокс шоу на стария Експозитивен пазар на големия финал на шампионата пред НДК ще бъде най-голямото бийтбоксър на всички времена RANZEL. Известният като Кълд-инът на звука е познат на публиката най-малко като част от групата "The Roots" - една от най-добрите групи в световната сцена. Създаден е и на повече от половина от теми на вокалното изкуство. Албумът му "Питин Елемент" съдържа музика и проза с електронно графичи привкус и уникалност.

# Публикации

Над **150** публикации с изцяло положително съдържание  
**114** публикации в интернет сайтове.

### Ал Джи се прехвърля по дизайнер от Европа

Горещият Ал Джи се прехвърля по дизайнер от Европа. Това е първият му проект в България. Той ще работи заедно с местни дизайнери, за да създаде уникален стил за българския пазар.



### 4000 кукляха с Разел пред НДК

Световни звезди завладяха София със соул, бийтбокс и хурус. Това е първият му проект в България. Той ще работи заедно с местни дизайнери, за да създаде уникален стил за българския пазар.

### Лозанова цъфна в Ботуша



Лозанова цъфна в Ботуша. Това е първият му проект в България. Той ще работи заедно с местни дизайнери, за да създаде уникален стил за българския пазар.



**Rahzel:**  
**Най-важното е да си различен**

Гръбна да имаш талант, но без тренировка няма как да станеш добър бийтбоксър, твърди Кръстьянка на звука

Съвети: Тренирай се всеки ден, дори и когато си уморен. Не се страхувай да опиташ нови стилове. Слушай много музика, не само бийтбокс. Това ще ти даде идеи за ритъм и мелодия. Не забравяй да си правиш бийтбокс с видео, за да можеш да видиш грешките си.

## RANZEL ИЗБРА БИЙТБОКСЪР №1

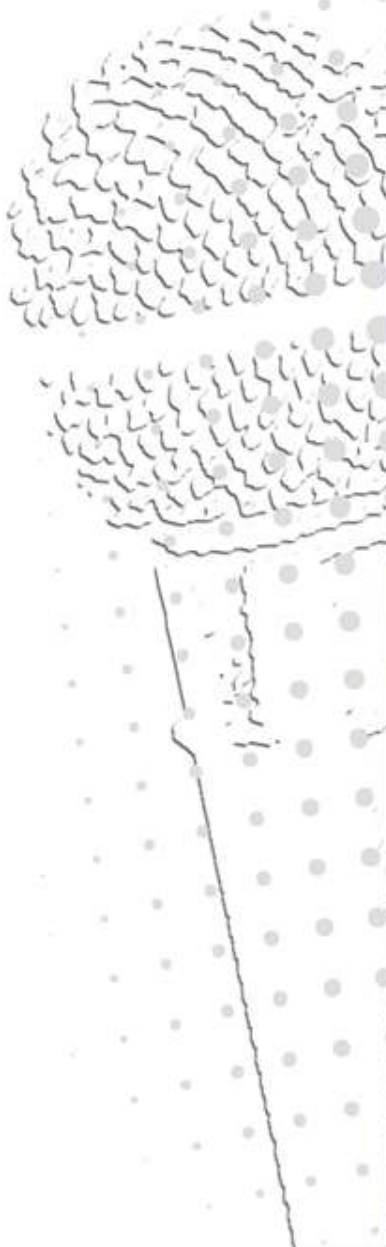
Следователно първият бийтбоксър в България е РАЗЕЛ. Той е избран за №1 сред всички участници в първия бийтбокс шоу на стария Експозитивен пазар пред НДК.

Това е първият му проект в България. Той ще работи заедно с местни дизайнери, за да създаде уникален стил за българския пазар.

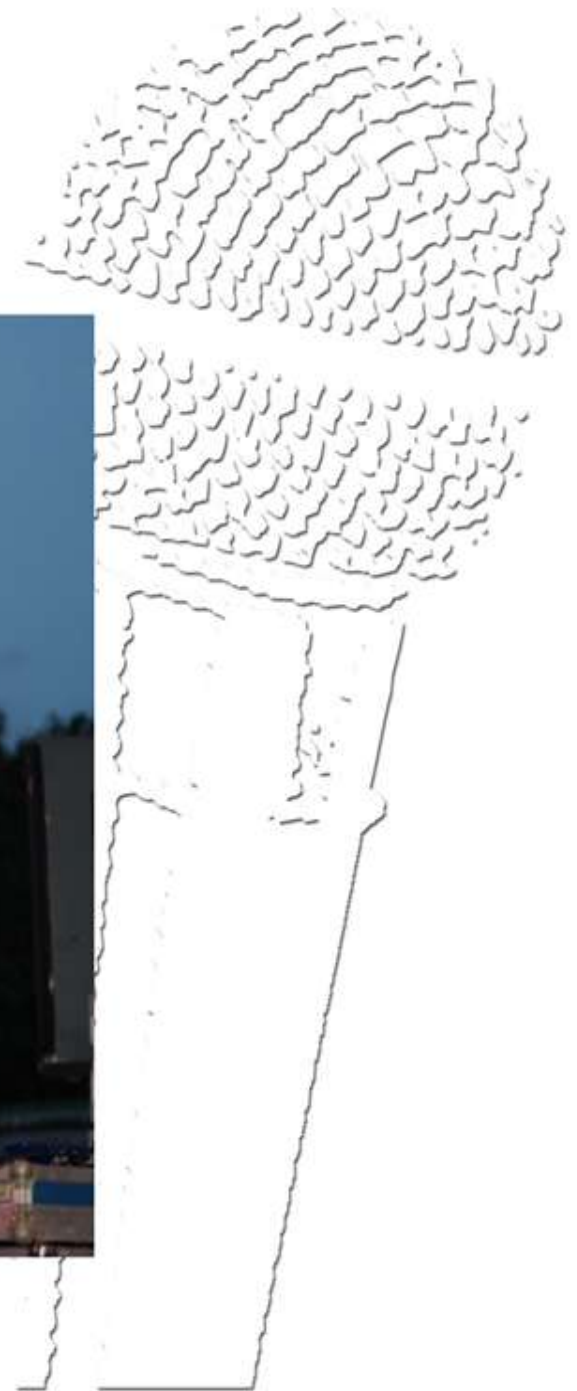
BEFORE



# THE SHOW



# THE WINNER



MEET&GREET

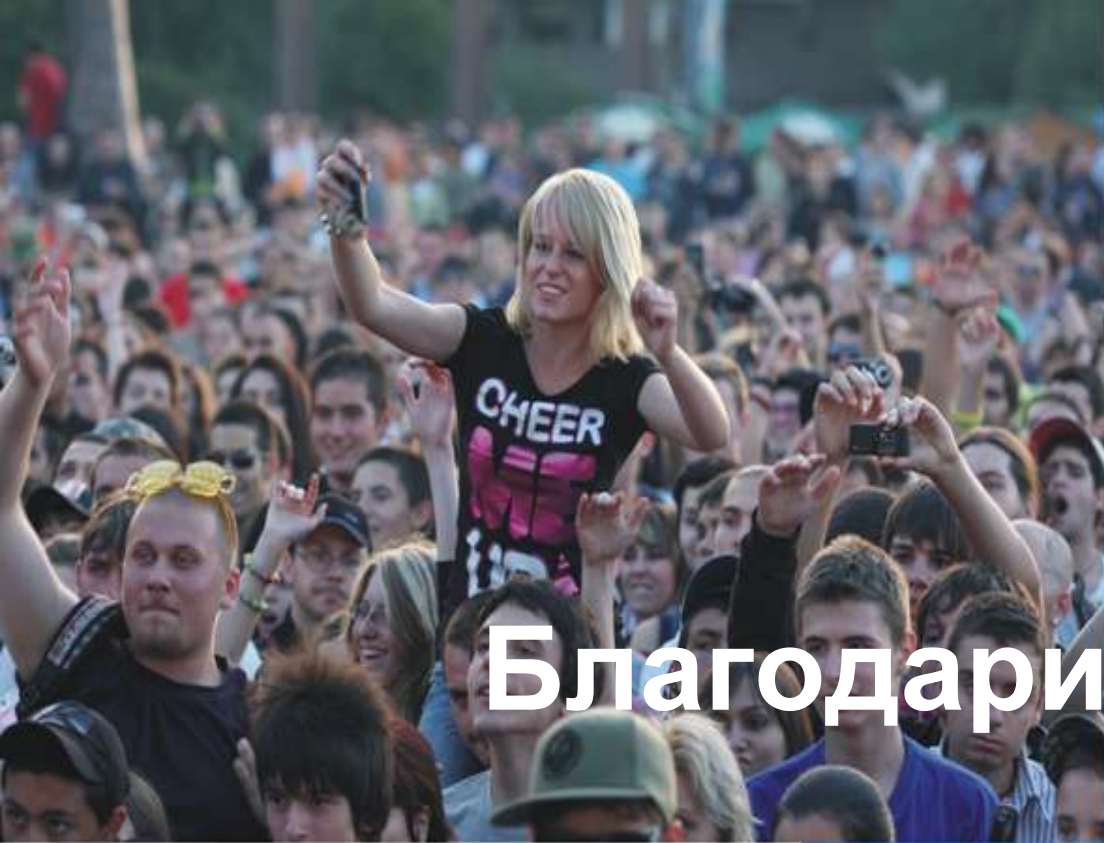


# Постигнати резултати

- Над **5000 души** публика на събитието, спрямо предишните издания:
- **61 участници** (вкл. 2 момичета) в турнира.
- **76 видеоклипчета**, изпратени за оценяване и гласуване на сайта на турнира.
- **2313** регистрирали се на сайта на турнира.

# Постигнати резултати

- **95** медии отразиха събитието
- Над **150** публикации с изцяло положително съдържание. **114** публикации в интернет сайтове.
- **494** директни споменавания на бранда в печатни и електронни медии.
- **16** броя видео клипове от фенове в **youtube** и **vbox7**, които бяха качени в деня след събитието /27.06.2009/. До 20.07.2009 г. броят гледания на видеата е 8565.
- **8** участия в радиостанци
- **5** часа ефирно време в телевизии
- **700 622, 68** лв. без ДДС - обща стойност на ПР кампания, по осреднени цени за реклама без коефициент за ПР ефект
- **ROI 1:6.01**



Благодарим ви!

