

Libri-Bookline Zrt.

# Libri irodalmi díjak

A 2019-es Libri irodalmi díj és Libri irodalmi közönségdíj  
kommunikációs kampánya

Mihályi Dávid  
2019.10.18.

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>Általános információk</b> .....	<b>2</b>
1. Pályázó adatai .....	2
a. Cégnév .....	2
b. Székhely.....	2
c. Kapcsolattartó neve .....	2
d. Kapcsolattartó e-mail.....	2
e. Kapcsolattartó telefon.....	2
2. Pályázat adatai .....	2
a. Pályázott kategória.....	2
b. Iparág .....	2
c. Pályázat címe .....	2
d. A pályázott kommunikációs program személyi felelősei .....	2
e. Megbízó neve.....	2
f. Kampány kezdőidőpontja.....	2
g. Kampány vége .....	2
<b>Pályázat bemutatása</b> .....	<b>2</b>
I. Nyilatkozat .....	2
II. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások .....	2
III. Célok, célcsoportok .....	3
IV. Kommunikációs stratégia és üzenetek.....	4
V. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, és időzítésük .....	4
VI. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények bemutatása.....	5
VII. A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei .....	5

## Általános információk

1. Pályázó adatai
  - a. Cégnév: *Libri-Bookline Zrt.*
  - b. Székhely: *1066 Budapest, Nyugati tér 1.*
  - c. Kapcsolattartó neve: *Mihályi Dávid*
  - d. Kapcsolattartó e-mail: *mihalyi.david@libribookline.com*
  - e. Kapcsolattartó telefon: *+36 20 665 6446*
2. Pályázat adatai
  - a. Pályázott kategória: *Kommunikációs kampány*
  - b. Iparág: *Egyéb*
  - c. Pályázat címe: *Libri irodalmi díjak*
  - d. A pályázott kommunikációs program személyi felelősei:
    - i. Marketingigazgató: *Sándor Gabriella*
    - ii. Brand manager: *Tamasi Szilvia*
    - iii. PR manager: *Jávor Zsófia*
    - iv. Art director: *Dósa Ivett*
    - v. Szövegíró: *Paál János*
    - vi. Marketingkoordinátor: *Urbán Boglárka*
    - vii. Média: *Szabó-Kenderesi Kata, Bárándi Gergő*
    - viii. Web design: *Sárosi Tamás*
    - ix. Fotó: *Mészáros László*
  - e. Megbízó neve: *Libri Könyvkereskedelmi Kft.*
  - f. Kampány kezdőidőpontja: *2019. március 20.*
  - g. Kampány vége: *2019. május 15.*

## Pályázat bemutatása

### I. Nyilatkozat

Én, Mihályi Dávid, mint a Libri-Bookline Zrt. PR asszisztense nyilatkozom arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/koncepció a kampány személyi felelőse önálló szellemi terméke.

### II. Alaphelyzet bemutatása, kommunikációs kihívások

A Libri Könyvkereskedelmi Kft. 2016-ban azért hívta életre a Libri irodalmi díjat és a Libri irodalmi közönségdíjat, hogy egy presztízserértékű kitüntetéssel jutalmazhassa a kortárs magyar szerzőket, akik kimagasló tehetségükkel hozzájárulnak Magyarország szellemi és kulturális örökségének gyarapításához.

A kampány során két nagyobb kihívás foglalkoztatta a Libri munkatársait. Egyrészt a kortárs magyar irodalom népszerűsítése, másrészt, hogy minél több embert tudjanak aktivizálni a közönségsvavazás során.

A versenyben a díj átadását megelőző évben, magyar szerző magyarul megjelent, első megjelenésű szép- és tényirodalmi művei vehetnek részt, olyan könyvek, amik hozzájárulnak a magyar kultúra jelenéhez, jövőjéhez, és valódi társadalmi hatással bírnak. A szabályzat szerint a versenybe csakis élő magyar szerző könyve kerülhet be.

Ezen kikötések alapján 2019-ben 154 könyv felelt meg maradéktalanul – 43 kiadó, 38 tényirodalmi és 116 szépirodalmi kötete –, az ezekből összeállított listából választotta ki a

Libri által felkért, neves közéleti személyiségekből álló – idén már 140 főre duzzadt – szakmai bizottság a 10 döntős művet.

2019-ben a könyvkereskedelmi cég a fiatalok véleményére is támaszkodott, így érvényesült

- a Balassi Intézet műfordítóképzésének résztvevői,
- a Pécsi Tudományegyetem magyar szakosai,
- a Szegedi Tudományegyetem kreatív írás kurzusának és Quadrivium Műhelyének tanulói,
- az ELTE Apáczai Csere János Gyakorló Gimnázium,
- a Politechnikum,
- a Fazekas Mihály Gimnázium és a Radnóti Miklós Gimnázium diákjainak

szavazatai is. A véleményvezérek és diákok segítségével alakult ki az a tíz könyvből álló lista.

A Libri irodalmi díj nyerteséről egy ötfős szakmai zsűri dönt, a Libri irodalmi közönségdíjat pedig az olvasók szavazatai alapján veheti át a legnépszerűbb könyv szerzője. A Libri irodalmi díjak nyertesei idén már nemcsak 2-2 millió forintot, de az előző évekhez képest emelt, 30 millió forint értékű médiatámogatást is kapnak. Továbbá mindkét díjazott szerző egy-egy arany színű, L alakot formáló díjat vehet át.

A közönség március 25-től május 12-ig szavazhatott a Libri weboldalán és könyvesboltjaiban, áprilisban pedig a Budapesti Nemzetközi Könyvfesztiválon. A zsűri tagjai:

- Bálint András,
- Beck Zoltán,
- Fullajtár Andrea,
- Károlyi Csaba,
- Szilágyi Zsófia
- 

A 2019-es döntős alkotások:

- Barabási Albert-László: *A képlet*
- Dragomán György: *Rendszerűjra*
- Kemény István: *Nílus*
- Krusovszky Dénes: *Akik már nem leszünk sosem*
- Mán-Várhegyi Réka: *Mágneshegy*
- Pintér Béla: *Újabb drámák*
- Simon Márton: *Rókák esküvője*
- Szilasi László: *Luther kutyái*
- Szvoren Edina: *Verseim*
- Takács Zsuzsa: *A Vak Remény*

A Libri irodalmi díj és a Libri irodalmi közönségdíj ünnepélyes díjátadóját 2019. május 15-én este tartották a Budapest Music Centerben, ahol fény derült arra, hogy a Libri irodalmi díj nyertese Szvoren Edina *Verseim* című novelláskötete, a Libri irodalmi közönségdíjat pedig Krusovszky Dénes *Akik már nem leszünk sosem* című regénye kapta.

### III. Célok, célcsoportok

A Librinek két célt fogalmazott meg magának. Az egyik egy marketing, a másik pedig egy kommunikációs cél volt. Az előbbinél az emberek szavazásra buzdítása volt a célkitűzés, hogy ebben minél többen vegyenek részt. A kommunikációs pedig az irodalmi díj presztízs-növelése, nemzetközi színvonalra való emelése volt.

Kampánya során a Libri kiemeli a magyar irodalom sokszínűségét és igényességét, bemutatja, hogy a ma megjelenő kortárs magyar alkotások mindannyiunk számára elérhetőek. A Libri a kampány időtartama alatt kiemelten fontosnak tartotta, hogy ne csak a nyerteseket emelje ki és ismertesse meg a közvéleménnyel, hanem mind a 10 döntőbe került szerzőt.

Célcsoportja jellemzően 18-44 éves korosztályba tartoznak minden irodalom és kultúra iránt fogékony ember. Emellett a kampány során használt kreatívokkal a célcsoportján kívül eső embereket is meg tudta szólítani.

#### IV. Kommunikációs stratégia és üzenetek

Céljához híven a díjakhoz tartozó kampány szlogenje: *Büszkék vagyunk kortársainkra*. A szlogen azt hivatott kommunikálni, hogy a mai magyar irodalmi élet olyan pezsgő és sokrétű, amelyre mindannyian büszkék lehetünk. Két fő kreatív jelent meg a kampány során:

- Egy közös portré a Libri irodalmi díjak 10 döntős szerzőjéről.
  - Ezen kívül készült egy-egy egyéni portré a szerzőkről.
    - Így mindennapjaink sztárjaiként jelennek meg.
  - A kreatívok arcot adtak a sokaknak csak ismerősen csengő szerzők nevéhez.
  - Azoknak is megragadja a figyelmét, akiknek eddig ismeretlenek voltak a szerzők nevei.
- A 10 könyvről készült tematikus képek.
  - A kortárs könyveket a jövő klasszikusaiként mutatja be.

A folyamatos sajtójelenlét mellett a Libri saját interjúkat, illetve imidzs videókat is készített a döntős szerzők kapcsán. A tavasz legnagyobb könyves eseményén, a XXVI. Budapesti Nemzetközi Könyvfesztiválra szervezett látványos kitelepülésen személyesen szavazhattak a rendezvényre érkezők, ahol egy kisfilm is készült a szavazókkal a szerzők és a díjak kapcsán.

#### V. A stratégia megvalósítása, módszerek, eszközök, és időzítésük

A Libri irodalmi díjak PR kampány öt szakaszból állt, azaz öt sajtóközleményt küldtek ki a kulturális sajtó részére.

- *Újra előtérben a kortárs irodalom* – 2019. március 20.
- *Kiderült, hogy melyik tíz könyvre szavazhat idén a zsűri és a közönség* – 2019. március 25
- *Szavazzon az irodalomra!* – 2019. április 3.
- *Már csak négy napig lehet szavazni a legjobb kortárs magyar műre* – 2019. május 9.
- *Átadták a Libri irodalmi díjakat* – 2019. május 15.

A kampányhírral a marketing szakmai sajtó felé és kommunikált a Libri a közlemények mellett, folyamatos volt az interjúk szervezése a zsűritagoknak, döntős szerzőknek és a nyerteseknek.

A PR kommunikáció szoros együttműködésben állt a díj marketingkampányával, ahol online és hirdetések formájában találkozhatott a közönség a Libri irodalmi díjakkal. Továbbá indoor és outdoor hirdetésekkel is találkozhattak a kortárs magyar szerzőkkel az emberek. A

social felületeken pedig Facebook-kampánnyal buzdították a szavazásra a Libri követőit, Instagram-kampánnyal pedig a 10 döntős könyvet népszerűsítették.

A májusi díjátadó meghívottjai között helyet kaptak a hazai kulturális sajtó képviselői is. Az est során felolvasásokat tartottak a tíz döntős műből, amelyet a szerzők, illetve színészek adtak elő. Az eredményhirdetést követően a nyertesekkel három interjú készült a helyszínen, amelyet az eseményt követő napokban az Info- és a Klub Rádión hallhattak a hallgatók. Ezen felül pedig egy Libris interjú készült, amely felkerült a cég közösségi oldalaira.

VI. A munka/kampány eredményének mérési módszerei és ténylegesen elért eredmények bemutatása

A Libri fő célkitűzése, hogy évről évre egyre több embert érjenek el. Cél, hogy minden évben növekedjen a véleményvezérek és a díjra szavazók száma. Erről tesz tanúbizonyosságot, hogy idén már 140 véleményvezér tett le voksát kedvenc öt könyvére, és több mint 21 ezer ember szavazott a Libri irodalmi közönségdíjra. A számok alapján is kijelenthető, hogy a megfogalmazott marketing célkitűzés meg tudott idén valósulni és aktivizálni tudta az embereket a cég.

A kampányidőszak alatt közel 140 megjelenése volt a díjnak a sajtóban. A díjjal kapcsolatos közleményekről többek között olyan médiumokban számoltak be, mint a Magyar Nemzet, 24.hu vagy a Magyar Hírlap. A szerzőkkel és a zsűritagokkal, közel 30 interjú készült és jelent meg a Népszava, HVG, Magyar Hang, Élet és Irodalom, Nők Lapja, 24.hu, Info Rádió, Civil Rádió, Klub Rádió, vagy éppen a KönyvesBlog hasábjain.

A különböző média megjelenéseket egészítette ki az igényes, minőségi kihelyezések is, amelyen a díjjal kapcsolatos kreatívok jelentek meg.

VII. A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei

Folytatva misszióját, a Libri az elkövetkezendő években is számol az évről-évre egyre nagyobb figyelemnek örvendő Libri irodalmi díjakkal. Minden évben nő a véleményvezérek és a szavazók száma, ami egy célkitűzés magunk felé, abban bízva, hogy a kortárs magyar könyvek népszerűsége is növekedni fog.