

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Dlouhodobý projekt Bankéři jdou do škol spojil přes 30 vrcholových představitelů bank (převážně generálních ředitelů), kteří jsou jinak vůči sobě v ostré konkurenci. Ti se společně vydali na střední školy, kde v rámci série setkání postavených na principu „příklady táhnou“ se studenty diskutovali o svém působení ve vrcholové funkci i bankovníctví jako takovém. Každý realizovaný ročník měl své klíčové téma – v roce 2014 to bylo finanční vzdělávání, o rok později „cool banking“ a s ním spojená kyberbezpečnost. Strategickým cílem projektu bylo ukázat banky jako moderní firmy, atraktivní zaměstnavatele a subjekty s velkým přínosem pro ekonomiku i společnost. Projekt se dočkal křídového výsledku – oslovení středoškolských studentů i regionálního a mediálního ohlasu. Doposud se ho zúčastnilo 57 tříd a informace o něm se ve 48 člancích dočetlo na 10 milionů osob.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Hlavním rizikem byla pověst bankovníctví a z toho plynoucí možný konfrontační tón diskuse; neochota škol zapojit se do projektu a nezájem studentů o účast v diskusi; přílišná marketingová prezentace konkrétních bank působící jako reklama Příležitosti: představit studentům bankéře jako silné osobnosti, které mají tah na branku; zlepšit pověst bankovníctví v očích jeho budoucích uživatelů; získat zajímavou publicitu a vylepšit tak pověst bankovníctví i u široké veřejnosti

Informace o výzumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Prvnímu pilotnímu ročníku nepředcházela žádná průzkum, protože měl jasně stanovený cíl i cílovou skupinu. Průzkum byl realizován zpětně, tedy po setkáních s bankéři (mezi studenty i bankéři) a sloužil jako zpětná vazba na projekt i jako podklad pro další rok. V roce 2015 jsme s měsíčním předstihem provedli průzkum na téma Budoucnost bankovníctví mezi studenty a zúčastněnými bankéři, jehož výsledky jsme medializovali.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Projekt je součástí dlouhodobé strategie zlepšování pověsti bankovního sektoru v očích veřejnosti. Jeho cílem je šířit povědomí, že banky jsou důležitou, přínosnou a odpovědnou součástí naší ekonomiky i společnosti. Základní myšlenkou je uspořádat na vybraných středních školách sérii inspirativních setkání s nejvyššími šéfy tuzemských bank. Ta mají studentům přiblížit finanční sektor a dát jim možnost hovořit tvář v tvář s lidmi, kteří v něm, díky svým schopnostem, dosáhli vrcholných pozic. Jinými slovy poučení, motivace, inspirace. Besedy jsou koncipovány velmi interaktivně a jejich téma se odvíjí od aktuální problematiky i zájmu konkrétního publika. Střední školy jsme zvolili, protože studenti jsou již dostatečně vyspělým publikem, pro které může mít takováto diskuse přínos. Základní podmínkou úspěchu je účast co největšího počtu TOP bankéřů z různých bank. Jedním z klíčových faktorů mediální atraktivity je také vizualizace projektu, tedy jednotné logo, trička projektu, která mají bankéři při besedách na sobě a fotografie ze setkání.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Příprava: tvorba loga, výroba triček; oslovování škol prostřednictvím SCIO s nabídkou účasti v projektu; v roce 2015 samotným besedám předcházela online průzkum mezi studenty i bankéři na téma Budoucnost bankovníctví; domlouvání účasti novinářů na besedách a účast zástupců ČBA v TV a rádiových pořadech; domluvení exkluzivity pro detailní výsledky průzkumu (Právo) Bankéři šli do škol: besedy proběhly v jeden den vždy v polovině září; jednotlivých besed se zúčastnili: 1 novinář v roce 2014, 8 novinářů v roce 2015 Publicita: v den návštěv škol jsme vydali shrnující tiskovou zprávu na celostátní média s obecnými výsledky průzkumu; a regionální tiskové zprávy s konkrétním výčtem škol, které se v dané lokalitě zapojili Feedback: anketa mezi studenty a školami – spokojenost s besedou a téma, o které by měli zájem v dalším roce; anketa mezi bankéři – průběh projektu a téma, na které by se chtěli soustředit v dalším roce

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

V obou ročnících se projekt setkal s velkým zájmem škol, bankéřů a médií. V roce 2014 se zapojilo 21 škol, o rok později to bylo 36 tříd – těmto číslům odpovídaly i počty vrcholových bankéřů. V prvním ročníku o téma jevila zájem celostátní média, která vydala celkem 21 článků s potenciálním zásahem téměř 6 milionů osob. Následující rok pak převládala publicita v regionálních médiích, zejména formou reportáží z hodin, kterých se v Praze, Středních Čechách a na Moravě zúčastnilo 8 novinářů. Celkem 27 článků z tohoto ročníku si přečetlo na 3,6 milionů osob. Za oba ročníky tak bylo publikováno 48 článků s potenciálním zásahem 9,6 milionů osob. Nejméně 95 % škol vyjádřilo v každém ročníku spokojenost s projektem a zájem o účast v dalším roce.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#), [Příloha 3](#)