

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Mladí lidé často mívají dobré nápady, ale chybí jim zkušenosti a nezřídka i podpora a důvěra dospělých. Proto program SmartUp podporuje právě právě tuto cílovou skupinu, kterou zároveň učí, jak svoje projekty efektivně zviditelnit. Program SmartUp Nadace O2 podporuje originální nápady mladých lidí od 15 do 26 let, kteří chtějí zlepšit něco ve svém okolí. Podpořené projekty prochází třemi úrovněmi. Ty, které postoupí do úrovně nejvyšší, mohou dosáhnout na celkovou částku až 185 000 korun. Přidanou hodnotou celého programu je pomoc mladým lidem na cestě k budoucím profesním úspěchům. Při realizaci svých nápadů se totiž učí projektovému řízení, zdokonalují svoji komunikaci a získávají kontakty na zajímavé osoby, což je pro ně výhodou na trhu práce. O program je mezi mladými zájem, o čemž svědčí i následující čísla. Do programu se od jeho startu v květnu roku 2015 přihlásilo již 351 projektů a podpořeno jich bylo 87, které realizuje přes 260 mladých lidí. Díky medializaci programu SmartUp se zvyšuje i znalost Nadace O2, která za poslední rok u populace 15-65 let vrostla z 15 % na 21 %. V cílové skupině 15-26 let se zvýšilo povědomí o tom, že program SmartUp realizuje Nadace O2 o 11 %.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Program SmartUp Nadace O2 je pokračovatelem programu Think Big, který zanikl v prosinci roku 2014. Během uplynulého roku jsme usilovně pracovali na vybudování povědomí o novém programu SmartUp, který je sice o poznání menším projektem než Think Big, o to více ale pracuje s danou komunitou na postupném rozvíjení dovedností mladých lidí. Naším cílem bylo zviditelnění nového programu a zároveň vyzdvižení rozdílů a výhod oproti bývalému programu.

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

Před spuštěním programu, po jeho první a třetí výzvě jsme si dělali on-line průzkum k zjištění znalosti Nadace O2 a programu SmartUp a jeho zaměření. Znalost programu SmartUp se po třetí vlně zvýšila z 13 % (po první vlně a 11% před zahájením programu) na 21% v cílové skupině 15-26 let. Povědomí o tom, že program cílí na mladé lidi, vzrostlo z 9 % na 17 % v cílové skupině 15-26 let (porovnání po první vlně a po třetí vlně).

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Do medializace programu SmartUp zapojujeme samotné realizátory. Týmy jednotlivých projektů pod vedením zkušeného mentora z řad zaměstnanců společnosti O2 Czech Republic nebo SmartUp ambasadorů realizují svůj nápad, který má přínos pro okolí jejich bezprostředního bydliště. Samotní realizátoři prochází mediálním tréninkem a jsou proškoleni v efektivní komunikaci a dalších soft dovednostech, přičemž veškerá školení zprostředkovává Nadace O2. Mladí pak řídí vlastní projekt, pracují v týmu, řeší konflikty a komunikují s veřejností i médií. Cíleně oslovují vybrané redaktory se zajímavými projekty SmartUp a vysvětlují jim přínosy programu.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Obnova městského parku - <https://www.youtube.com/watch?v=o-TXnflh6Dw>, čtení se seniory - <https://www.youtube.com/watch?v=crnoEWjYNzc>, výroba cool nabíječky nebo třeba sestavení chirurgických trenažerů pro studenty medicíny. Všechny tyto SmartUp projekty získaly finanční podporu a jejich realizátoři znalosti v rámci vzdělávacích kurzů od Nadace O2. Přihlašování projektů do programu SmartUp je možné celoročně, projekty se pak realizují v jednotlivých půlročních vlnách. Program klade důraz na individuální medializaci všech realizovaných projektů. Součástí SmartUp programu je také spolupráce s YouTubery, kteří prostřednictvím svých YouTube kanálů nabádají mladé lidi, aby se nebáli své nápady přihlásit, a současně o programu informují. Konkrétně se jedná o spolupráci s Shopaholic Nicole, video blogerku roku 2015, a Stejka <https://www.youtube.com/watch?v=ajHz7Lu3nnQ>

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

Za uplynulý rok poskytla Nadace O2 vzdělání v rámci programu SmartUp 260 mladým lidem. Projekty úspěšně dosahovaly hmatatelných výsledků, vznikla nová divadelní platforma, zpřístupnila se skřítkova kouzelná jeskyně a pracuje se na vytvoření první vodní galerie v Čechách. Celkem za uplynulý rok vyšlo o projektech SmartUp 79 mediálních výstupů. Tým mediků projektu chirurgického šití představil laparoskopický trenažer ve Snídani s Novou. O projektech mladých lidí pravidelně informují regionální tištěná i online média. Díky sociální kampani a mediální publicitě se podařilo dosáhnout 21% znalosti programu mezi mladými a 13% mezi širokou veřejností. Facebook programu SmartUp má přes 12 600 fanoušku. Stránky www.o2smartup.cz zaznamenaly přes 140 tisíc unikátních návštěv (72,6 % noví uživatelé, 27,4 % opětovná návštěvnost).