

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Skupina ČEZ je největším firemním dárcem v ČR. Tento fakt ale média včetně veřejnosti ignorují či o něm vůbec neví. Jak dát vědět o všech prospěšných aktivitách a darech, ale hlavně jak do nich veřejnost zapojit? Ideálně tím, že bude mít možnost spolurozhodovat o tom, koho podpořit. Zábavně, jednoduše a v souladu s trendy, kterými žije republika. Tak se zrodila „Epká“. Tedy projekt a aplikace Energie Pomáhá Pohybem, díky nimž Skupina ČEZ společně s Nadací ČEZ dávají amatérským i profesionálním sportovcům jeden důležitý důvod navíc proč sportovat: hýbat se pro dobrou věc. S každým krokem, skokem či ujetým kilometrem sbírají uživatelé mobilní aplikace „EPP Pomáhej pohybem“ body pro jeden z veřejně prospěšných projektů, který si z nabídky sami zvolí, například hřiště pro dětský domov nebo výchovu asistenčního psa pro handicapovanou slečnu. Zájem předčil očekávání: jen za první dva měsíce aplikace zaznamenala 50 tisíc stažení. Dnes, za necelý rok existence, má téměř 156 tisíc uživatelů, kteří díky projektu ČEZ rozhodli o podpoře pro více než 200 charitativních projektů a rozdělili 14,8 milionu korun. Zároveň samozřejmě pomohli i sobě, když dohromady vydali tolik energie, která se rovná 75 212 kg tělesného tuku, což se nepochybně pozitivně podepsalo na jejich zdraví a kondici.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Příležitost byla zřejmá, a přesto neobjevená. Žádnou podobnou mobilní aplikaci, která by fungovala jako oblíbený sport tracker generující statistiky osobních výkonů dle různých hledisek, a zároveň umožňovala svému uživateli pomáhat potřebným, český trh nenabízel. A s výjimkou EPP nenabízí dodnes.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Nadace ČEZ je dlouhodobě nejštědřejším firemním dárcem. Každý rok podpoří několik stovek projektů za stovky milionů korun. Novináři však o těchto aktivitách příliš nepíšou a o pomoci dobré věci se tak zpravidla dozvědí jen ti, jichž se bezprostředně týká. Strategii bylo tuto nevědomost snížit, zapojit veřejnost a nenásilnou formou na podporované projekty upozornit.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Aplikace byla spuštěna společně s loňským mistrovstvím světa v hokeji, konaným v ČR. Je málo věcí, které dokážou Čechy spojit, a jednou z nich je fandění českým hokejistům. Kdo neskáče, není Čech... Několik týdnů skákal celý stadion a řada diváků k tomu zapínala EPPku. Dobře nasměřované hokejové šílenství přispělo k tomu, že se známost EPPky rychle šířila, a počet uživatelů rostl. Společně s EPPkou byla spuštěna speciální microsite www.pomahejpohybem.cz, která nabízí přehled všech ukončených i aktuálních projektů včetně fotek a životních příběhů potřebných. Uživatelé si tak mohou vybírat, koho svým sportováním podpoří. Pro zvýšení motivace v rámci komunity uživatelů EPPky na stránkách nechybí aktualizovaný přehled neaktivnějších přispěvatelů a videa těch, kteří s aplikací pomáhají pohybem. Skupina ČEZ celou dobu zapojuje do komunikace sportovce a točí s nimi videa (zdarma), jak s EPPkou trénují. Dobrou věc podpořili olympijská vítězka Eva Samková nebo nestárnoucí Jaromír Jágr. Pro představu, video s Jaromírem Jágreml zhlédlo na Facebooku 43 488 fanoušků. Celoroční komunikaci EPPky podporuje Skupina ČEZ napříč republikou. S EPPkou tak pomáhali pohybem návštěvníci Mezinárodního filmového festivalu v Karlových Varech, závodníci série Run Tour nebo lyžaři na českých horách. Pravidelnou publicitu generují EPPce také sociální sítě. Ke stránce ČEZ Lidem, stěžejní platformě, na níž ČEZ informuje o aktivitách z oblasti společenské odpovědnosti, letos přibyla i samostatná stránka EPP – Pomáhej pohybem. Stránky měsíčně osloví průměrně 22 tisíc uživatelů Facebooku, a to bez reklamní podpory. Vytvářená komunita je velmi silná – fanoušci proaktivně reagují na příspěvky a posílají své vlastní fotografie ze sportování s aplikací. Bonusem je aktivní zapojení FB stránek organizací, kterým aplikace pomáhá. Vznikají tak samovolně ambasadoři značky, kteří šíří dobré jméno Nadace ČEZ.

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

Cíl Skupiny ČEZ, tedy 50 tisíc stažení aplikace do konce loňského roku, byl překročen více než dvojnásobně s minimálními náklady. Teď, necelý rok od spuštění, pravidelně pomáhá pohybem 155 970 přispěvatelů. Dohromady už „vybodovali“ 204 projekty napříč celou republikou, mezi které Nadace ČEZ rozdělila 14,8 milionu korun. Podpořené projekty a slavní uživatelé aplikace generují pravidelnou publicitu na sociálních sítích i v regionálních a celostátních médiích (téměř 600 výstupů!). Jak dokládají průzkumy, které si ČEZ pravidelně nechává zpracovávat, spuštění EPPky výrazně přispělo ke zvýšení povědomí veřejnosti o prospěšnosti Skupiny ČEZ.