

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Na straně zadavatele stáli čtyři partneři - Vodafone, Česká spořitelna, Wincor Nixdorf a MasterCard. Naším úkolem bylo přijít s kreativním návrhem na realizaci tiskové konference, která měla představit komplexní řešení pro podnikatele v návaznosti na povinnost vyplývající z připravovaného zákona o EET. Vsadili jsme na kreativní notu a sázka na simulaci farmářských trhů se vyplatila. Novináři si mohli řešení, skládající se z aplikace Vodafone ePokladna, tiskárny a platebního terminálu (Česká spořitelna, Wincor Nixdorf, MasterCard), vyzkoušet v praxi a pochopit benefity, které může drobným podnikatelům a živnostníkům přinést. Díky zapojení chráněné dílny získala akce i CSR rozměr. Z PR hlediska jsme si tiskovou konferencí připravili půdu pro další komunikaci řešení Vodafone ePokladna ve spojení s EET už v květnu 2015, tedy v době, kdy nikdo přesně nevěděl, zda, kdy a v jaké podobě bude zákon schválen. I díky tomu, že si novináři řešení vyzkoušeli už v rané fázi (beta verze), se právě Vodafone ePokladna stala jedním z nejčastěji zmiňovaných řešení v článcích týkajících se připravovaného zákona.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Komplexní řešení, které operátor Vodafone připravil ve spolupráci s partnery, kombinuje aplikaci, platební terminál a kapesní tiskárnu. Komplexně tak řeší mobilní pokladní systém pro podnikatele a živnostníky. Předností řešení je jeho mobilita a také připravenost na EET. Napojení na téma EET bylo zároveň příležitostí, ale i rizikem. Vodafone byl prvním operátorem s tímto řešením, ale v době uvedení na trh byl zákon na svém začátku a nebylo jisté, zda a v jaké formě projde hlasováním. V rámci tiskové konference bylo potřeba se zaměřit hlavně na funkce aplikace, která byla sice připravena i na EET, ale zároveň není na zákonu závislá a poskytuje podnikatelům řadu dalších výhod v jejich podnikání.

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Na akci byli pozváni novináři z finančního, zpravodajského, technologického a marketingového segmentu. Pro vzbuzení zájmu o řešení Vodafone ePokladna jsme zvolili netradiční koncept tiskové konference ve stylu farmářských trhů, abychom přítomným novinářům ukázali celé řešení zasazené do běžného života, tak jak se s ním mohou v budoucnu setkat právě třeba na farmářských trzích. Upozornili jsme na jeho přínos pro běžné podnikání a vysvětlovali jsme, proč se ho není potřeba bát. Neobvyklý koncept spolu s možností praktického vyzkoušení aplikace byl velmi důležitým momentem.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

V Mramorovém sálu České spořitelny, kde se konala tisková konference, jsme postavili známé stánky z farmářských trhů a na místě připravili opravdové tržiště. V každém stánku si mohli novináři nakoupit dárky pomocí aplikace Vodafone ePokladna nainstalované do tabletů. Na výběr měli květiny, fresh džusy nebo výrobky z chráněných dílen neziskové organizace. To vše si mohli za fiktivní poplatek nechat doručit kurýrní službou do redakcí nebo domů. Novináři si také díky mobilnímu terminálu vyzkoušeli simulovanou platbu platební kartou. Zastoupené výrobky a služby tvořily průřez opravdových živností, které mohou Vodafone ePokladnu využít a jichž se bude EET týkat. Na stáncích byli přítomní prodejci a také lidé zodpovědní za vývoj aplikace, kteří vysvětlovali novinářům práci se systémem. Díky dárkům, vyrobeným chráněnou dílnou, které si novináři vybírali, dostala akce i CSR rozměr, jelikož partneři chráněné dílně přispěli kromě skutečných nákladů na výrobky i částku, kterou se podařilo virtuálně nasbírat pomocí Vodafone ePokladny.

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

Tiskové konference se zúčastnilo 20 novinářů z několika segmentů – od ekonomických médií a deníků až po zaryté IT a telco novináře. Z akce jsme získali za první měsíc 13 pozitivních výstupů s OTS 1,9 milionu a AVE 473 tisíc korun napříč médii (finanční, zpravodajská, technologická, marketingová) zmiňující konkrétní řešení Vodafone ePokladna. To celé v době, kdy se EET hodně propírala v médiích a kolem navrhovaného zákona panovala spíše negativní atmosféra. Akcí jsme si navíc připravili půdu pro další komunikaci, a pokud se někdo věnoval tématu EET, řešení Vodafone ePokladna bylo ve většině případů zmíněno. S blížícím se koncem roku přešla aplikace do ostré verze a v současnosti má již stovky spokojených zákazníků.

Přílohy:

[Příloha 1](#)