

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Podpora výkumu a inovací je pro technologickou firmu Siemens ČR prioritou, proto již 18 let organizuje prestižní vědeckou soutěž Cena Wernera von Siemense. Soutěž dlouhodobě a systematicky propojuje vědeckou, komerční a státní sféru. Je platformou pro setkávání akademiků, vědců a studentů se státním a soukromým sektorem. Formou odměn podporuje vědecké projekty i akademickou kariéru studentů technických a přírodovědných oborů. Edukuje veřejnost o nutnosti kvalitního vědeckého výzkumu. Má přesah do byznysu – Siemens propojuje výherce s komerčními firmami a dává jim tak příležitost jejich projekty rozvinout. Soutěž má pět soutěžních kategorií a dvě zvláštní ocenění podporující diverzitu, které byly nově zavedeny v 18. ročníku: podpora žen ve vědě oceněním pro nejlepší práci napsanou ženou a ocenění pro zdravotně hendikepovaného studenta. Na soutěži Siemens spolupracuje s 21 univerzitami, AV ČR a patrony jsou: MŠMT, MPO a Vicepremiér Bělobrádek. Výherci získají odměny přes 1 milion korun. Výsledky jsou vyhlašovány na galavečeru v Betlémské kapli, za účasti patronů, akademiků a zástupců státní i soukromé sféry (proběhl 4. února 2016). Proč si zaslouží ocenění? Cena byla dlouhodobě opomíjeným projektem, který nebyl komunikován k veřejnosti. Soutěž přitom představuje jeden hlavních CSR projektů firmy, která do něj investuje více než 1 milion korun každý rok. Cílem bylo proto vybudovat Ceně pozici prestižní vědecké soutěže v ČR, posílit povědomí odborné i laické veřejnosti o ní a podpořit pozici Siemens coby odpovědné firmy v oblasti vzdělávání, výzkumu a inovací. Zároveň i komunikovat obě nová zvláštní ocenění. Kampaň k 18. ročníku Ceny předčila očekávání managementu: bez PR agentury, pouze s interními kapacitami a minimálními náklady doručila všechny messages. Propojili jsme komunikaci s ministerstvy, univerzitami a NGOs tak, aby všichni komunikovali jednotně naše klíčová sdělení. Poprvé v historii soutěže jsme medializovali příběhy vítězů – jak v původních kategoriích, tak i nových zvláštních ocenění a ukázali Siemens jako průkopníka v oblasti diverzity ve vzdělávání. Poprvé jsme komunikovali i na soc. sítích (Siemens, univerzity, ministerstva, ministři, svazy). Dali jsme soutěži nový rozměr propojením vybraných vítězů s komerčními firmami tak, aby mohli svou myšlenku dále rozvíjet. Poprvé jsme komunikovali na regionální média, vzhledem k tomu že Cena má celorepublikový přesah a zapojují se studenti, vědci a pedagogové z 21 univerzit.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

•Rizika: nízká prestiž tématu vědy a výzkumu, vlažný přístup médií, okoukanost soutěže, stále stejný formát každý rok. •Příležitosti:příběhy vítězů, komunikace nových ocenění a patronů, důraz na tradici původních kategorií.

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

Analýza předchozí komunikace, projektového managementu a obsahu projektu.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Abychom zvýšili prestiž soutěže a posílili povědomí veřejnosti: 1.Zapojení CEO - osobní angažmá v projektu a "mluvčí" ve veřejném prostoru; 2.Zapojení politických patronů (Vicepremiér Bělobrádek, Ministryně Marksová a Ministr Mládek)- propojení mediální komunikace (TZ, soc.sítě), zařazení jejich proslovů na program galavečera; 3.Vítězové prezentováni jako budoucí vědecké hvězdy-medializace jejich příběhů formou rozhovorů, článků a brožury;4. Předávání Cen komunikováno jako galavečer s vědeckou a politickou elitou a pozvání novinářů; 4.Nové komunikační kanály – regionální média, soc. sítě, společná mediální komunikace s patrony a partnerskými školami a AV ČR.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1.Swot analýza 2.Propojení se s patrony a partnery (školy, AV ČR), příprava společné TZ a komunikace na soc. sítích 3.Nabídnutí příběhů a rozhovorů s vítězi (celostátní/regionální média, TV) a pozvání médií na galavečer 4.Slavnostní večer – politici na eventu, reportáže a rozhovory s CEO i vítězi, komunikace na soc. sítích 5. Po galavečeru – TZ s výsledky, realizace článků a rozhovorů s vítězi, propojení vítězů s firmami

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

62 relevantních výstupů v celostátních, regionálních i odborných médiích o výsledcích soutěže – tj. 3x více než v předchozím ročníku. Výstupy:reportáž (Události ČT), rozhovory (př. Ekonom, Lidové noviny) či články s autorskými citacemi (př.ČTK,Deník, ihned.cz,novinky.cz). Pozitivní tonalita článků, zdůrazněn vysoký kredit soutěže na poli vědy a výzkumu, ve všech článcích zmíněn název soutěže, v reportáži v Událostech ČT zmíněn název firmy Siemens. 10 novinářů přímo na galavečeru. Poprvé byla soutěž komunikována i přes kanály patronů a partnerů (web vlády ČR, univerzit, AV ČR, sociální sítě politiků i partnerů).

Přílohy:

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