

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

12 tisíc spokojených účastníků dorazilo 1. května 2015 na akce do Dolní oblasti Vítkovic. Průmyslové firmy z Ostravska se spojily, aby v jeden den propagovaly průmysl a technické vzdělávání. Akce se konala v rámci Roku průmyslu a technického vzdělávání a byla hlavním eventem roku 2015 pro veřejnost v rámci této aktivity Svazu průmyslu a dopravy ČR.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Hlavním rizikem bylo, že na akci, do které jsme spolu se Svazem průmyslu a dopravy zapojili devět průmyslových podniků sídlících v Ostravě, dorazí málo lidí. Přičemž rozpočet na komunikaci akci byl oproti obdobným akcím minimální. Rozhodli jsme se proto využít komunikační nástroje, které měly největší dopad za co nejmenší cenu a celkově se nám podařilo dosáhnout CPT 127 Kč (za celkovou ATL kampaň včetně online komunikace). Podařilo se nám tak úspěšně propojit program, pěkné místo a shodou okolností i konání MS v hokeji.

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

Bez výzkumu před i po akci. Hlavními KPIs vůči klientovi byl pro nás počet lidí, kteří dorazí na akci a CPT na komunikační kampaň.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Zvolili jsme formu akce „zdarma“ pro účastníky, na které jsme chtěli obyvatelům Ostravy a okolí ukázat, že průmyslové firmy jsou „cool“, a stojí za to v nich pracovat. Výběr tak logicky padl na Dolní oblast Vítkovic, bývalý průmyslový areál, ve kterém vysoké pece uhasly v roce 1998 a od roku 2009, se začal přeměňovat na nové kulturní centrum Ostravy (konají se zde již několik let Colours of Ostrava). Navrhli jsme formát hudebně-vzdělávací akce, ve které zábavní část obstaraly místní (EzyWay, Verona) a celorepublikové hudební hvězdy (Rytmus) a vzdělávací část samotné firmy, které na svých stáncích prezentovaly zábavnou formou své podnikání a lákaly k práci zájemce o technické obory. Po skončení oficiální části programu jsme s organizátory projekcí hokejových zápasů v Ostravě dohodli, aby byl zápas České republiky na MS v hokeji promítán na naší hlavní stage. Na sociálních sítích jsme za hlavní strategii zvolili videokomunikaci, a to formou videoklipů hudebních hvězd a image videí průmyslových firem.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Kromě organizace akce jsme pomáhali i s fundraisingem mezi průmyslovými podniky v Ostravě. Měsíc před akcí jsme zahájili intenzivní facebookovou kampaň (40 příspěvků na Facebooku, reklamní kampaň, oslovení 251 000 uživatelů Facebooku z Ostravy a okolí). Měsíc až 14 dní před akcí běžela ATL kampaň na Ostravsku (plakátovací plochy, plochy v MHD, spoty v Rádiu Orion, plakáty do škol, leták v den akce, interní kampaň pro zaměstnance partnerských firem). <https://youtu.be/RE1vLdVUROU> video z akce, které si zajistil SP ČR

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

- Účastníci o Až 12 tisíc osob na akci (dle odhadu produkce).
- ATL kampaň o Plakátovací plochy (202 x A2) v Ostravě a okolí s celkovým dosahem až 612 tisíc obyvatel
- o Plochy v MHD (560 x A3) v ostravských autobusech (dle ročního počtu přepravených osob až 3 miliony dosah sdělení během kampaně)
- o Rozhlasová kampaň (60 spotů x 20vteřin) (dosah až 4,97 mil. posluchačů dle denního share)
- o Plakáty do 140 středních škol (140 x A3) – celkem až 70 tisíc studentů
- o Leták v den konání akce (rozebraný náklad 5000 ks)
- o Bannery na akci (2x podium 2x5m, 2x věž 1x3,5m) – dosah 12 tisíc osob
- o Interní kampaň ve firmách – dosah až 50 tisíc zaměstnanců partnerských firem (nástěnky, intranet, firemní časopisy)
- Facebook kampaň o Založení stránky události „Den s průmyslem“
- o Osloveno: 251 000, Zobrazeno: 17 000, Pozvani: 6100, Možná: 668, Zúčastní se: 4400 (Data k 1. 5. 2015 = den akce)
- o Celkem 40 vlastních příspěvků na profilu akce
- Reach/CPT o Kumulativní dosah kampaně: 8 984 069 osob (bez media relations)
- o Reach Facebook kampaně 251 000 osob
- o 127 Kč/CPT na celou kampaň (ATL + Facebook)

Přílohy:

[Příloha 1](#)