

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Přesto, že se pojem „smart cities“ dnes skloňuje ve všech pádech, jen málokdo tuší, co vše obnáší. ČSOB ano. A na rozvoji „chytrých měst“ se aktivně podílí už několik let. Technologické řešení pro bezkontaktní platby jízdného už dodala nebo v brzké době dodá do celé řady měst od Ostravy po Cheb, Prahu a Brno nevyjímaje. Praha na bezkontaktní platby přímo ve vozích veřejné dopravy dlouho čekala, dočkala se v září loňského roku, kdy ČSOB v premiéře představila na tiskové konferenci svůj další úspěch – první bezkontaktní platby v pražské integrované dopravě, konkrétně na příměstské lince 381 z Prahy do Kutné Hory. Jak systém bezkontaktního placení jízdného může přispět k rozvoji „smart cities“ novinářům prakticky demonstrovala přímo v autobuse linky 381 přistaveném před centrálou ČSOB v Praze Radlicích. ČSOB zároveň média seznámila s prvními ohlasy na bezkontaktní platby jízdného v MHD z dalších měst (Plzeň, Brno, Liberec), kam podobné dodala řešení. Celá tisková konference proběhla přímo v autobuse. Na novinku se přišlo podívat celkem 16 novinářů, kteří si technologii zajišťující platby jízdného v lince 381 mohli rovnou v autobuse vyzkoušet. Na dvě desítky výstupů pokrývaly online i tištěná média nevyjímaje Českou televizi.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Příležitosti: bezkontaktní platby za jízdné mohou cestující v Praze využít vůbec poprvé; technologická témata mají novináři ve velké oblibě; díky zkušenostem ČSOB z jiných měst, byla banka novinářům schopná nabídnout dostatečně expertní vyjádření k problematice a zároveň obohatit prezentaci o první čísla týkající se funkčnosti obdobných systémů v jiných městech; díky účasti Ropidu a společnosti MasterCard navíc bylo možné médiím poskytnout ucelený pohled z více úhlů (provozovatele, poskytovatele řešení a vydavatele karet). Rizika: ČSOB již podobný systém zavedla v několika krajských městech, meziměstská linka z Prahy do Kutné Hory není z tohoto pohledu ničím revolučním. Bylo proto třeba zvolit dostatečně atraktivní formát tiskové konference.

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

Pro potřeby tiskové konference nebylo nutné realizovat žádný průzkum. Veškerá data měla ČSOB k dispozici z vlastních zdrojů na základě již implementovaných řešení v jiných městech.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Cílem tiskové konference bylo představit médiím historicky první spuštění bezkontaktních plateb jízdného ve vozích pražské MHD a seznámit novináře s prvními ohlasy na bezkontaktní platby jízdného v MHD z dalších měst (Plzeň, Brno, Liberec), kam řešení dodala ČSOB. Druhotným záměrem bylo profilovat ČSOB jako inovativní společnost, která vlastní sofistikované technologické řešení pro bezkontaktní platby v dopravě. Zavedení bezkontaktních plateb na lince z Prahy do Kutné Hory není tak mediálně atraktivní jako implementace podobných systémů ČSOB ve větších krajských městech (Plzeň, Brno). Z toho důvodu bylo třeba zvolit netradiční formát tiskové konference a prezentaci obohatit o co nejvíce zajímavých dat o fungování zmiňovaného řešení v jiných městech.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1) Zvací proces – na tiskovou konferenci novináře lákala stylizovaná pozvánka s dopravní tematikou; 2) Tisková konference – neformální akce na netradičním místě (v autobuse linky 381) za přítomnosti zástupců společností Ropid a MasterCard; 3) Vydání tiskové zprávy – shrnující závěry z tiskové konference spolu s fotografiemi z akce.

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

Tiskové konference se zúčastnilo celkem 16 novinářů. Kromě klíčových médií (Česká televize, ČTK, Lidové noviny, MF Dnes, Metro) se dostavilo i několik zástupců specializovaných titulů s orientací na dopravu a technologie (CDR.cz, IDG, Doprava a silnice). Novináři oceňovali především dobrý výběr netradičního prostoru konání TK a tematické ladění celé akce. Tisková konference si vysloužila celkem 20 výstupů. Většina celostátních médií (iHned.cz, Aktuálně.cz, E15.cz) ČSOB uvedla jako banku, která systém zavedla nejen v Kutné Hoře, ale i dalších městech v ČR. Česká televize pojala reportáž obecněji a zabývala se bezkontaktním placením vůbec. V reportáži se vyjádřil Petr Hutla z představenstva ČSOB. Na fotografiích zobrazující placení kartou v MHD byla ve valné většině případů vyobrazena platba kartou ČSOB přímo z konané akce.

Přílohy:

[Příloha 1](#)