

**PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže****Projekt:**

Název projektu:

Prezident 21

Koncept: původní

Rozpočet: 3 840 683 Kč

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT 2018): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

Institute for Democracy 21, z. ú.

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

Institute for Democracy 21, z. ú.

**Přihlašujeme do:**

Komunikační disciplíny:

I.7 Digital &amp; social media

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

**Osoba, která projekt do soutěže předkládá:**

Jméno: Lucie Kalousková

Funkce: Social Media Manager

Firma/organizace: Institute for Democracy 21, z. ú.

Ulice: Náměstí 14. října 13

Město: Praha 5

PSČ: 150 00

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 732467253

Fax:

E-mail: lucie.kalouskova@ifd21.org

**Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:**

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: Institute for Democracy 21, z. ú.

Ulice: Zapova 1559/18

Město: Praha 5

PSČ: 150 00

Stát: Česká republika

IČ: 05601100

DIČ: CZ05601100

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Volební hra Prezident 21 měla za cíl představit hlasovací systém Demokracie 21 a zvýšit zájem občanů o prezidentskou volbu interaktivní formou. Díky Demokracii 21 mohli účastníci svým favoritům rozdělit až 3 kladné hlasy a 1 záporný. V první fázi hry občané navrhovali osobnosti, které by si přáli na Hradě, v druhé se hlasovalo už jen pro oficiální kandidáty. Web navštívilo přes 3 mil. Čechů, 326 790 se jich zúčastnilo hlasování.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Hlavním cílem projektu bylo seznámit veřejnost s fungováním hlasovací metody Demokracie 21. Díky systému s více hlasy měli Češi najít prezidenta, na němž se nejvíce shodnou. Projekt měl také zvýšit zájem voličů o politické dění, nastolit debatu o moderních volebních systémech i roli technologií v politickém procesu.

**Strategie:**

Abychom ukázali, jak by volba Demokracií 21 vypadala v praxi, využili jsme blížících se prezidentských voleb a spustili občanskou hru Prezident 21. Použili jsme vhodný tone of voice pro širokou cílovou skupinu a jednotný vizuální styl. Drželi jsme se zásady naprosté nestrannosti vůči kandidátům. Všichni na placených kanálech dostávali stejný prostor. Vedli jsme 360° kampaň s důrazem online kanály, aby cesta ke konverzi (udělení min. 1 hlasu) byla co nejkratší. Stěžejním kanálem byl Facebook, pro který jsme stanovili 5 hlavních tematických okruhů: 1) srovnání současného a navrhovaného volebního systému, 2) data z aplikace Prezident 21, 3) představení kandidátů, 4) názor fanoušků a 5) offline aktivity. Abychom zvýšili atraktivitu a důvěryhodnost projektu, zapojili jsme do něj samotné kandidáty. Do komunikace jsme zařazovali např. jejich názory na aktuální témata a oni na svých sítích šířili výzvu k hlasování.

**Nástroje a aktivity**

Pro Facebook, Youtube a Twitter jsme vytvářeli původní obsah: videorozhovory s kandidáty, ankety s občany v regionech, animované grafy aj. Nejvíce postů na FB představovalo kandidáty a data z průběhu hry (změna pořadí, jak hlasují lidé ve městech atd.). Dařilo se nám také reagovat na aktuální dění, natočili jsme např. úspěšný videovzkaz Tondy Blaníka při ohlášení jeho kandidatury. Složitější téma srovnání volebních systémů jsme komunikovali méně, zato s důrazem na kvalitu obsahu. Důležitou složkou byl community management. Proškolený tým se vypořádal s 82 000 komentáři, v nichž odpovídal i na náročnější dotazy k fungování systému.

**Výsledky:**

Web navštívilo přes 3 mil. Čechů a 326 790 si jich v praxi vyzkoušelo Demokracii 21. Volebního rádce (kalkulačku) vyplnilo 227 864 lidí. Před volbami se stránka stala vyhledávaným zdrojem informací a pomocníkem v rozhodování, koho volit. Momentálně jednáme se slovenskou stranou, která projevila zájem o replikaci hry před tamní prezidentskou volbou 2019.

**Výsledky Facebooku:**

počet hlasujících z FB (KPI 100 000): 109 000  
průměrná cena za hlasujícího (CPA): 23,5 Kč  
průměrná cena za vyplnění kalkulačky (Volebního rádce): 3,8 Kč  
počet video views: 1 400 000  
průměrná cena za video view: 0,07 Kč  
počet zobrazení: 37 000 000  
dosah: 2 700 000 UU (57 % aktivních 18+ uživatelů FB v ČR)

**Weblinky:**

<http://www.prezident21.cz>, <https://www.facebook.com/prezident21/>