

**PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže****Projekt:**

Název projektu:

Cesta domů

Koncept: původní

Rozpočet: 5000000

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

Projekt byl navržen a proveden pro:

RESIDOMO

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

RESIDOMO, s.r.o.

**Přihlašujeme do:**

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace/Corporate Communications, I.2

Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate Responsibility and Philanthropy, I.4 Business-to-Consumer (B2C)

Oborové kategorie:

II.7 Služby

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: Jana Hájková

Funkce: CSR a IC specialist

Firma/organizace: RESIDOMO, s.r.o.

Ulice: Gregorova 2582/3

Město: Ostrava - Moravská Ostrava

PSČ: 702 00

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: 725547000

Fax:

E-mail: jana.hajkova@residomo.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: RESIDOMO, s.r.o.

Ulice: Gregorova 2582/3

Město: Ostrava - Moravská Ostrava

PSČ: 702 00

Stát: Česká republika

IČ: 05253268

DIČ: CZ699002915

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

CESTA DOMŮ - pomoc dětem opouštějícím ústavní výchovu a náhradní rodinnou péči

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Realizovat úspěšný komunikační projekt je dnes mnohem těžší než dříve, neboť totální přetlak informací zásadním způsobem snižuje účinnost naprosté většiny všech kampaní. Proto jsme se místodálšího „sypání“ peněz do „awareness a sales“ kampaní rozhodli propojit několik našich komunikačních aktivit tak, aby demonstrovaly naše služby a přidanou hodnotu pro zákazníka ve chvílích, kdy to doopravdy ocení. V RESIDOMO máme 43 000 nájemních bytů a pro mladé lidi, rodiny a seniory nabízíme nejen možnost bydlení, ale především domov. Chtěli jsme tuto skutečnost komunikovat poměrně široké cílové skupině a zároveň ji propojit s naším novým brandem (v roce 2017 jsme se po změně vlastníka rebrandovali na RESIDOMO).

Strategie:

Jsme tradičním sponzorem Colours of Ostrava (COO) a máme mnoho CSR aktivit. Jedním z problémů COO, který vyplývá z jeho velké oblíbenosti, je to, že na konci programu se snaží několik desítek tisíc lidí dostat domů nebo na další pařby a kapacita městské hromadné dopravy prostě nestačí. Místo sponzoringu další „stage“, jak to dělají jiní partneři festivalu, jsme se domluvili s několika dopravci a zařídili flotilu autobusů, která rozvázela účastníky domů. A to především do lokalit, kam je jinak v nočních hodinách špatné spojení – tedy do různých částí Ostravy, Havířova, Karviné, Orlové a Frýdku-Místku, kde má RESIDOMO zároveň své byty. Tímto projektem jsme se stali užitečnými pro několik tisíc lidí a zároveň vyřešili jeden z problémů festivalu Colours of Ostrava. Jízdenky se prodávaly za 20 Kč dopředu, což výrazným způsobem zlepšilo komfort cestujících. Tím to však neskončilo a společnost RESIDOMO navýšila sumu vybranou na jízdném a částku přesahující několik set tisíc věnovala na CSR aktivitu, která řeší nejpálčivější problém dětí z dětských domovů – a tím je nový začátek po jejich odchodu z dětských domovů v 18 letech - vlastní bydlení. Součástí nového bytu je i doprovodná sociální služba Spolku Portavita, která pomáhá "dětem" s běžnými starostmi, které normálně okoukají od rodičů, např. jak hospodařit s penězi.

Nástroje a aktivity

Použili jsme všechny prostředky marketingové a PR komunikace k tomu, abychom komunikovali tento projekt před, během a po Colours of Ostrava v nadlinkové komunikaci, tiskových konferencích a sociálních sítích a jinde. Projekt měl také vlastní billboardy a "standy" přímo na festivalu COO. Na vizuály se můžete podívat v příloze.

Výsledky:

Tento projekt reálně pomohl přibližně 5 000 lidí na Colours of Ostrava, třem dětem z dětských domovů, kterých bude časem ještě více. Dosah příspěvků činil cca 627 000 čtenářů, tedy podle teoretické čtenosti - reálně jich určitě bylo méně. Projekt Cesta domů zásadním způsobem přispívá ke spontánní znalosti značky RESIDOMO v Moravskoslezském kraji, která aktuálně činí 74 procent, a pomáhá zlepšovat vnímání společnosti a karmu jeho autorů, ale to neumíme změřit :-).

Weblinky:

<http://www.nfresidomo.cz/nadacni-programy/cesta-domu/>