

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Mladý hrdina vyrazil do škol

Koncept: původní

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:

Česká pojišťovna

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate Responsibility and Philanthropy

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: Hedvika Čepelová

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: AMI Communications

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha 1

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 234124112

Fax:

E-mail: hedvika.cepelova@amic.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: AMI Communications, spol. s r.o.

Ulice: Týn 641/4

Město: Praha

PSČ: 11000

Stát: Česká republika

IČ: 63077370

DIČ: CZ63077370

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Pomáhají zachraňovat životy, pořádají dobročinné sbírky, podporují slabší spolužáky. I takoví jsou dnešní mladí lidé. Jejich příběhy odhalujeme v preventivním a CSR projektu Mladý hrdina, který od roku 2017 řídí Česká pojišťovna. Loni jsme statečné kluky a holky oslovili přímo ve školách s originálním interaktivním plakátem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Záměrem projektu bylo oslovit mladé lidi do 18 let, motivovat je k odpovědnému jednání a podpořit je v tom, aby věnovali pozornost prevenci, schopnosti poskytnout první pomoc a pohotově reagovat v rizikových situacích. Specifickým cílem v loňském roce bylo zvýšení povědomí o projektu mezi pedagogy, kteří s dětmi tráví čas a mohou jejich hrdinské skutky nominovat.

Strategie:

Kampaň jsme postavili na autentických příbězích, se kterými se snadno ztotožní mladí i učitelé. Vybrali jsme čtyři dětské příběhy, které již dostaly ocenění, a vytvořili jsme z nich originální plakát na motivy oblíbené hry "Where is Waldo" - "Najdi mladého hrdinu!" Do grafiky jsme nenápadně zařadili i další dobročinné skutky, jako sbírání odpadků nebo pomoc hendikepovaným. Díky doprovodným identifikačním kartám tak děti i učitelé mohli nejen snadno poznat skutečné hrdiny ze svého okolí, ale také se inspirovat k tomu, aby další hrdinský titul mířil přímo k nim. Kampaň jsme spustili na první školní den a probíhala celé září a říjen.

Nástroje a aktivity

Komunikace probíhala s využitím standardních media relations, online komunikace na sociálních sítích a nástroji přímého kontaktu.

- 1) Direct mail - interaktivní plakát jsme zaslali do 70 vybraných škol, průvodní dopis měl čtrnáct regionálních mutací, kde jsme zdůraznili, kolik je aktuálně v kterém kraji hrdinů. Spolu s plakátem a identifikačními kartami putovaly do škol i připínáčky pro zavěšení na nástěnku a instrukce k nominacím.
- 2) Online a sociální sítě - z plakátu jsme vybrali graficky znázorněné příběhy jednotlivých hrdinů, které jsme v průběhu září a října zveřejňovali na Facebookové stránce projektu. Vytipovali jsme také vhodný příběh pro zářijové ocenění, poprvé jsme oceňovali hrdiny z Moravskoslezského kraje. I jejich příběh jsme zařadili do kampaně na sociálních sítích, abychom ukázali, že hrdinové žijí doopravdy všude.
- 3) Media relations - právě první hrdiny v Moravskoslezském kraji jsme ocenili za přítomnosti novinářů přímo v prostorách jejich základní školy. V tiskové zprávě jsme citovali třídního učitele, abychom pedagogům i ředitelům škol ukázali, že nominace dětí do projektu může mít pozitivní efekt i pro ně.

Výsledky:

Po dvou letech existence se z projektu Mladý hrdina stala etablovaná aktivita, o kterou spontánně jeví zájem rodiče, pedagogové i samotné děti. Za dobu své existence projekt přinesl:

- 35 oceněných hrdinů v 9 krajích.
- Přes 100 výstupů v médiích, včetně České televize, Českého rozhlasu, Deníku, MF Dnes, Blesku a řady regionálních médií.
- Přes 800 fanoušků na Facebooku (z toho 37 % aktivních ve věkové skupině do 18 let), roční dosah 396 736 uživatelů.

Weblinky:

www.mladyhrdina.cz, www.facebook.com/mladyhrdina