

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

Název projektu:

Karta dobré vůle je vaše schopnost pomáhat

Koncept: původní

Rozpočet: 1,2 mil Kč (výroba + media)

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:

ČSOB

**Na projektu se dále podíleli:**

Firma/organizace:

ČSOB

**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: Markéta Havrlantová

Funkce: pracovník distribuční sítě

Firma/organizace: ČSOB Private Banking

Ulice: Radlická 333/150

Město: Praha

PSČ: 15057

Stát: Česká republika

**Kontakt:**

Telefon: +00420737201724

Fax:

E-mail: havrlantovam@csob.cz

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

Podpis:

Datum:

**Fakturační údaje:**

Firma/organizace: ČSOB, a.s.

Ulice: Radlická 333/150

Město: Praha

PSČ: 15057

Stát: Česká republika

IČ:  00001350

DIČ: CZ00001350

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Představte si kartu, se kterou když zaplatíte, tak za vás ČSOB pošle 0,6 % z platby na dobrou věc. Navíc si sami můžete nastavit až dalších 0,8 % z vaší platby jako spolupodílení. Takovou kartu nabízíme pro klienty ČSOB Private Banking. Čím více klienti platí, tím více pomáhají. Karta dobré vůle už pomohla jednotlivcům nebo organizacím penězi v hodnotě přes 10 milionů Kč. V roce 2018 jsme spustili kampaň na osvětu karty s cílem mít více karet mezi klienty a především karet se spolupodílením.

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

Cílem kampaně bylo ukázat nejen našim klientům, ale i trhu příběhy konkrétních lidí, kterým pomohly peníze, které vygenerovali klienti ČSOB Private Banking jen tím, že kartu používají. Efektem takové komunikace měl být zvýšený zájem o Kartu dobré vůle a podpora volby spolupodílení (kromě banky pak přispívá z každé platby sám klient), zároveň jsme chtěli ukázat, že ČSOB má v portfoliu jedinečnou kartu s přesahem do filantropie.

**Strategie:**

Vymysleli jsme kampaň „Karta dobré vůle je vaše schopnost pomáhat“ a i přes velmi omezené prostředky jsme šli do natočení dvou spotů, kde v hlavní roli je vždy konkrétní člověk, kterému Karta dobré vůle pomohla. Byl to risk a zároveň nová zkušenost.

A tak vznikl spot s Nicole, slepou studentkou, která se poprvé setkává se svým vodícím psem. Ve druhém spotu Simonce přistane magicky dárek do pokoje, díky kterému může zase „skákat přes kaluže“. Také jsme připravili i grafiku pro tištěná média (Forbes apod.).

**Nástroje a aktivity**

Oba spoty jsme promovali v online médiích a také na sociálních sítích, placený prostor jsme měli i v tištěných médiích.

**Výsledky:**

Celková suma použitá na charitativní účely byla za minulý rok i díky kampani přes 3 miliony Kč, což je o 58 % více než ve 2017. Simonce z našeho spotu jsme tak pomohli nákupem speciální sportovní protězy v hodnotě 300tis Kč, díky které se může účastnit závodů Spartan Race nebo lézt po horolezecké stěně. Nicole jsme pomohli výcvikem vodícího psa. Pomohli jsme spoustě dalším, jejichž příběhy vás na chvíli zastaví. Máme radost, že můžeme vnímat radost těch, kterým jsme pomohli. Počet nových karet se v roce 2018, kdy jsme kartu propagovali, zvýšil o 48%. V současné době má kartu přes 2 tisíce klientů.

**Weblinky:**

<https://youtu.be/DWhsf132hD0>, <https://youtu.be/0OHVm0ijwrl>, <https://www.csobpb.cz/portal/charita/kdv>