

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

Název projektu:

Lidé lidem (People to People)

Koncept: původní

Rozpočet: n/a

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:

British Council

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Donath Business & Media

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate

Responsibility and Philanthropy, I.7 Digital & social media

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, veřejný a neziskový sektor

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: Michal Donath

Funkce: managing director

Firma/organizace: Donath Business & Media

Ulice: Spálená 29

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 602222128

Fax:

E-mail: michal.donath@dbm.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Donath Business & Media

Ulice: Spálená 29

Město: Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

IČ: 25661035

DIČ: CZ25661035

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Pilotní projekt Lidé lidem organizace British Council (BC) byl zaměřen na posílení společenské soudržnosti v Ústeckém a Severomoravském kraji, které jsou konfrontovány se složitými sociálními problémy. Při hledání jejich řešení chtěl BC podpořit česko-britskou spolupráci a aktivně zapojit široký okruh dotčených osob. Projekt se zaměřil na sociální podnikání, rozvoj kritického myšlení ve školách a komunitní umění. Komunikaci projektu zajistila agentura Donath Business & Media ve spolupráci s ČTK.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání: Komunikace hodnot a témat pilotního projektu, do jehož realizace byly vedle British Council zapojeny Divadlo Archa, ARPOK, P3 v Ústeckém a Moravskoslezském kraji.

Cíle projektu: Informovat cílové skupiny o projektu, inspirovat znevýhodněné členy společnosti o možnostech aktivního řešení problémů v jejich okolí, zapojit širší veřejnost do debaty o možných řešeních. Otestovat efektivnost různých forem komunikace.

Cílové skupiny: odborná veřejnost (akademici a veřejná správa), znevýhodněné skupiny (např. Romové, nezaměstnaní, senioři), politici, regionální veřejnost.

Strategie:

Komunikovaná témata měla velmi složitý obsah, který vyhovoval pouze odborné veřejnosti (sociální inovace, kritické myšlení, komunitní divadlo). Navíc šlo o pilotní projekt, kde nebylo možné prezentovat dlouhodobé výsledky a dosažené změny. Komunikace byla negativně zatížena zájmem médií o brexit.

Komunikační strategie byla proto zaměřena na kombinované využití regionálních, odborných a municipálních médií s podporou celonárodních médií. Komunikace na sociálních sítích vycházela z poměrně velkého počtu partnerů, kteří generovali a vzájemně sdíleli obsah. Důležitou roli hrála referenční stránka projektu na webu ČTK (800 tisíc RU/měsíc), kde byl publikován textový a audiovizuální obsah.

Nástroje a aktivity

Byl využit multimediální model komunikace cílený na oslovení jednotlivých cílových skupin podle dílčích projektů, který byl podrobně rozpracovaný do mediálního plánu. Projekt nabízel komunikovatelné aktivity jako např. studijní cesty českých odborníků do UK, návštěvy britských expertů v ČR, různé zaměřené workshopy.

Škála komunikace zahrnovala přímé oslovování politiků na národní a regionální úrovni, umístování témat do všech úrovní médií (národní, regionální, municipální, odborná), tiskovou konferenci, vytváření vlastního audiovizuálního obsahu a využití sociálních médií (především Fb).

Byl využit Speciál Českých novin ČTK a Fb profil projektu jako referenční bod. Důležitou částí projektu bylo zvládnutí interní komunikace se čtyřmi velmi rozdílnými partnery.

Výsledky:

Zřízení a aktivace referenční stránky na serveru Českých novin ČTK vč. video záznamů (832.700 RU)

Celoplošná a regionální media: 51 článků, rozhlasových záznamů a videoreportáží, a to navzdory sílící veřejné debatě o brexitu.

Sociální média spojená s projektem: reach 185 tisíc, engagement 11 420+

Získání aktivních podporovatelů projektu.

Realizace nastaveného mediálního plánu a otestování efektivity různých komunikačních kanálů.

Weblinky:

<https://www.ceskenoviny.cz/special/lide-lidem-british-council/>, <https://www.facebook.com/ProjektLideLidem/>