

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Co děti? Mají si na internetu kde hrát?

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:

Trend Micro

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

PRAM Consulting

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

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

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

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: Jiří Kroulík

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: PRAM Consulting

Ulice: Na Březince 6

Město: Praha

PSČ: 15000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 734428603

Fax:

E-mail: jiri.kroulik@pram.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: PRAM Consulting s.r.o.

Ulice: Na Březince 930/6

Město: Praha

PSČ: 15000

Stát: Česká republika

IČ: 27200761

DIČ: CZ27200761

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Nejmladší generace již nezná život bez internetu, přesto je ale nejnáchylnější k různým online podvodům. Jak mladé v této oblasti vzdělat? Vytvořili jsme online soutěž, ve které jsme je požádali, aby natočili video, ve kterém se vtipným a originálním způsobem zamýšlí nad klady a zápory internetu. Tato videa jsme dále šířili na sociálních sítích, podněcovali ke sdílení a komentování a rozvířili tak debatu u mladší cílové skupiny.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Trend Micro je společnost zaměřená na vývoj kyberbezpečnostních řešení. Kromě ochrany IT velkých firem se v rámci prevence věnuje i vzdělávání, a to včetně mladší generace. Zadáním bylo připravit komunikační kampaň pro mladé lidi ve věku 15-23 let, která by je přiměla zamyslet se nad bezpečným chováním na internetu a zároveň pro ně byla dostatečně srozumitelná.

Strategie:

Protože mladým lidem jsou blízcí Youtubeři a natáčení videí, zvolili jsme koncept, ve kterém jsme je požádali o natočení videa o kladech a záporech internetu. Odměnou pro nejlepší videa byl 2x nejnovější iPhone X a exkurze do společnosti Trend Micro s ukázkou nejnovějších technologií a práce „hodných hackerů“. O výběru 6 nejlepších videí, a tudíž i postupu do dalšího kola, rozhodovali samotní mladiství, kteří na speciální mikrostránce hlasovali, sdíleli a také komentovali videa .

Nástroje a aktivity

Jelikož jsme cílili na mladé, byly sociální sítě jako komunikační kanál jasnou volbou. Založili jsme facebookový a instagramový profil „Online světem bezpečně“, na kterém jsme kromě soutěže poskytovali také informace a zajímavosti ke kyberbezpečnosti. Na pomoc jsme si pozvali jednoho z nejoblíbenějších českých influencerů – Kovyho, který se tématu bezpečnosti na internetu intenzivně věnuje. Natočil pro nás krátká instagramová videa a na svém profilu vyzval k účasti v soutěži.

Kromě sociálních sítí jsme oslovovali cílovou skupinu také na veletrhu vzdělávání Gaudeamus, kde jsme vysvětlovali koncept soutěže a představili možné výhry. Tématu si ovšem všimla i tradiční média. Ke spolupráci jsme přizvali i další společnosti aktivní v tématu kyberbezpečnosti, jako např. Safer Internet, Juniorfest nebo Czechitas, kteří společně se zástupcem z Trend Micro tvořili odbornou porotu.

Finalisté z celé republiky se na vyhlášení sjeli do Prahy, kde proběhla exkurze kanceláří Trend Micro včetně reálné ukázky hacknutí Wi-Fi sítě nedaleké restaurace a vyhlášení vítězů. Vyhlášení jsme na sociálních sítích vysílali živě.

Výsledky:

Pomocí výzvy k účasti v soutěži, hlasování o finalistech i následném sdílení videí jsme oslovili přes 150 000 mladistvých s engagementem 20 000 kliků a lajků do kterého se počítá i hlasování o nejlepší video a sdílení videí. Do soutěže se přihlásilo hned v prvním ročníku 12 videí, z nichž některé tvořili společně celé třídy. Soutěže si všimla i média – konkrétně jsme dosáhli více než 15 výstupů a oslovili přes 3 00 000 čtenářů. Pořadatel soutěže Trend Micro tak pomocí CSR aktivity upozornil na fakt, že kromě sofistikovaných bezpečnostních řešení je stejně důležitá i edukace.

Weblinky:

<https://whatsyourstory.trendmicro.cz/>, <https://whatsyourstory.trendmicro.cz/winners-list/>, <https://whatsyourstory.trendmicro.cz/entry/10-c52f1/>,
<https://www.facebook.com/TMosbCZ/>