

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Kolo versus auto – paralelní závod

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:

Škoda Auto

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Interní komunikace/Internal Communications

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události/Events

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: Vladimír Bystrov

Funkce: Managing Partner

Firma/organizace: Bison & Rose

Ulice: Františka Křížka 1

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 777130788

Fax:

E-mail: vladimir.bystrov@bisonrose.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Bison & Rose, s.r.o.

Ulice: Bělohorská 263/33

Město: Praha

PSČ: 16900

Stát: Česká republika

IČ: 25660004

DIČ: CZ25660004

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Aby automobilka Škoda upozornila na novou cyklostezku, kterou vybudovala mezi svým závodem v Kvasinách a pět kilometrů vzdáleným Rychnovem nad Kněžnou, uspořádala k jejímu otevření paralelní závod. Na trasu z náměstí v Rychnově do Kvasin se vydali členové vedení továrny na kolech a proti nim skupina novinářů v automobilu. Kampaň na podporu cestování na kole měla přispět ke zlepšení dopravní situace v okolí kvasinského závodu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Interní kampaň měla podpořit alternativní způsoby cesty do práce u zaměstnanců závodů Kvasinách a tím odlehčit dopravní situaci v okolí v období střídání směn. Vedlejším cílem bylo upozornit na společensky prospěšné investice, které ŠA v regionu provádí. Cílovou skupinou byli zaměstnanci výrobního závodu, sekundárně také širší veřejnost na Rychnovsku, kde je automobilka největším zaměstnavatelem.

Strategie:

Kampaň, kterou se Škoda Auto přihlásila k iniciativě "Do práce na kole", rozvinula dlouhodobou strategii propagovat mezi zaměstnanci alternativní způsoby dopravy do zaměstnání. Otevření cyklostezky bylo příležitostí názorně ukázat, že tyto způsoby jsou nejen levnější a šetrnější k životnímu prostředí, ale jsou i srovnatelně rychlé a často i spolehlivější. Společná akce s obcí Slatina a městem Rychnov nad Kněžnou demonstrovala program community relations, který automobilka v regionu rozvíjí. Paralelní závod připoutal pozornost médií a jejich prostřednictvím širší veřejnosti. Vedlejším efektem byla prezentace jízdních kol řady Škoda Auto. Pro návaznou komunikaci byly zavedeny tzv. Kafe čtvrtky: každý týden mohli zaměstnanci, kteří přijeli do práce na kole, využít pozvání na ranní či odpolední kávu (či jiný nápoj) za symbolickou cenu (zbytek dorovnává ŠA). Nápoje dodává nezisková organizace Pferda, která z výtěžku podporuje lidi s handicapem.

Nástroje a aktivity

Těžištěm kampaně se stala veřejná akce - závod. Do něj byli přímo vtaženi zástupci hlavních stakeholderů: zaměstnanců, managementu, zástupců dotčených obcí a regionálních médií. Akce byla rozdělena na část v Rychnově (před závodem), jejíž součástí byla výstava jízdních kol Škoda Auto, osvěta na téma bezpečnosti provozu, a v Kvasinách, kde kromě vyhlášení výsledků proběhla přednáška pro děti z místních škol o bezpečnosti cyklojízdy, koloběžkové závody, předání reflexních vest, přednáška pro seniory o proměnách v bezpečnosti dopravy a automobilů ad. Akci následoval follow up v regionálních médiích, komunikace na sociálních sítích (včetně videozáznamu závodu) a také rozsev tematických letáků s mapami cyklostezky, tipy na cyklovýlety v dosahu stezky, včetně prohlídkové trasy v areálu kvasinského závodu v okolních obcích a turistických informačních centrech. Do kontinuální komunikace přenesly téma Kafe čtvrtky u bran závodu v Kvasinách, podporované ve firemních médiích a merchandisingu.

Výsledky:

Silný mediální ohlas zahajovací akce pomohl zaujmout zaměstnance k většímu využívání cestování na kole a k účasti na pravidelných Kafe čtvrtkách, které se staly úspěšnou záminkou k setkávání na cestě z práce i do ní.