

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

Název projektu:

Český táta v ohrožení!

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:

Kooperativu - značku Flexi životní pojištění

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a finanční služby

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: Lenka Karlíková

Funkce: Client Service Director

Firma/organizace: FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Ulice: Lomnického 1705/9

Město: Praha

PSČ: 140 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420 739 570 967

Fax:

E-mail: karlikova@fleishman.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: FLEISHMAN - HILLARD, s.r.o.

Ulice: Lomnického 1705/9

Město: Praha

PSČ: 14000

Stát: Česká republika

IČ: 25670247

DIČ: CZ25670247

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Pro každého tátu je jeho rodina na prvním místě. Dokáže se o ni ale postarat za každých okolností? Nikoliv, zjistilo Flexi životní pojištění, které léta pomáhá českým rodinám vyrovnat se s nenadálými životními situacemi. Záložní plán tatínkům chybí, jak potvrdil i nejnámější český fotr Dominik Landsman. A Flexi se s finančním tématem díky tatínkům dostalo i tam, kam mu byly dveře dlouho zapovězené – do ženských lifestyle titulů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kampaň pro značku životního pojištění Flexi měla za cíl zajímavě propagovat obvykle složitá finanční témata, dostat zmínky o Flexi a životním pojištění do lifestyle médií, kam se jí dlouhodobě nedařilo probojovat. Zároveň projekt cílil na zvýšení povědomí o možnostech a nutnosti zřídit si životní pojištění mezi těmi, kdo jej potřebují nejvíc, českým tátům a mámám.

Strategie:

Zacílili jsme na ty, kteří životní pojištění potřebují nejvíc. Ne, že by tátové byli výhradní živitelé rodin, ale muži obecně více riskují a častěji je potkávají nepříjemné životní situace od úrazů po vážné nemoci. Vycházeli jsme z hypotézy, že pro většinu tátů je rodina na prvním místě. Mají ale záložní plán na situaci, kdy se sami o rodinu nebudou schopni postarat? Zjistili jsme to ve velkém průzkumu mezi českými tátami.

Abychom téma zatraktivnili pro lifestyle média, do komunikace jsme zapojili i toho nejpovolanějšího, Dominika Landsmana, slavného českého tátu a autora blogu Deníček moderního fotra. Chybět nemohl ani rodinný psycholog, který vše zasadil do širšího kontextu.

Nástroje a aktivity

- Připravili jsme rozsáhlý výzkum o životních prioritách českých tátů a jejich finanční připravenosti na nenadálé životní situace
- Ryze finanční téma jsme přesunuli do emoční roviny a navázali spolupráci s rodinným psychologem Tomášem Vašákem i známým fotrem Dominikem Landsmanem
- Výsledky výzkumu a náš pohled na věc jsme lifestyle a finančním novinářům představili na společné diskusi s oběma pány
- Pro novináře jsme připravili i souhrnnou infografiku, která poukazovala na finanční nepřipravenost českých tátů

Výsledky:

Informace o nepřipravenosti českých tátů na nenadálé životní situace a řešení ve formě dobře nastaveného životního pojištění se dostaly do více než 20 lifestyle i zpravodajských médií (Rodina Dnes, Katka, Maminka, Chvilka pro Tebe, Metro, Deník.cz, iDnes.cz a další) s celkovým zásahem 12 milionů čtenářů. Přímo na komoru cílily i příspěvky Dominika Landsmana na FB a Instagramu pro jeho 140 tisíc fanoušků především z řad českých rodičů.

Weblinky:

<https://vimeo.com/330031806>