

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

Název projektu:

Nejedeš načerno?

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:

Magistrát hl. m. Prahy

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing Public Relations, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, veřejný a neziskový sektor

Komunikační nástroje:

III.5 Sólokapr/Media placement

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: Pavla Soukupová

Funkce: Activation Manager

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 775 312 033

Fax:

E-mail: soukupova@ewingpr.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Ewing Public Relations, s.r.o.

Ulice: Jankovcova 1603/47a

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 49712331

DIČ: CZ49712331

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

V roce 2016 dosáhl počet černých pasažérů v pražské veřejné dopravě magické hodnoty 300 000. Magistrátu a dopravnímu podniku došla trpělivost a rozhodli se na černé pasažéry pořádně posvítit. A protože represivní opatření dlouhodobě nefungují, navrhli jsme Čechům vlastní odlehčenou, ale zároveň i preventivní komunikační kampaň. Za jediný rok klesl počet černých pasažérů o téměř 15 % a naopak vzrostl počet prodaných ročních kuponů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Primárním cílem kampaně bylo snížit počet černých pasažérů v Praze a zvýšit prodej ročních kuponů. Sekundárním cílem bylo posílit pozitivní PR Prahy - město aktivně řeší problémy s přestupky. Kampaň cílila na všechny cestující pražské MHD a aktivně zapojila i revizory. Ty jsme se snažili ukázat jako normální lidi.

Strategie:

Připravili jsme odlehčenou a zároveň preventivní kampaň, díky které si lidé uvědomili, že jezdit načerno není nic, na co by měli být hrdí, a hledání výmluv, proč jedou bez platného dokladu, je trapné. Naší taktikou nebylo trestat slušné občany v případech, že pouze zapomněli, ale nastavit systém upozornění, která připomínají nutnost zakoupení jízdného. Cestující otázku Nejedeš načerno? potkávali na každém kroku.

Nástroje a aktivity

Symbolem kampaně je dvojice tramvají Vymlouvaček, které seznamují lidi s nejtrapnějšími výmluvami černých pasažérů. Sdělení akcentuje, že namísto vymyšlených výmluv je lepší si pořídit roční předplatní kupon za 3 650 korun, tedy pouze za 10 korun na den.

Trapné výmluvy černých pasažérů se staly inspirací pro youtuberky 3 v 1. Za půl roku vidělo jejich video více než 1 000 000 lidí:

<https://www.youtube.com/watch?v=P7qZzZgaaKk>.

V rámci systémových opatření jsme zavedli akci Pokuta za půlku - černý pasažér si může snížit pokutu na polovinu, pokud si zároveň koupí roční předplatní kupon.

Třikrát za měsíc se koná Akce revizor - v termínech zveřejněných na webu kampaně probíhá zátah na černé pasažéry. Poctivým cestujícím revizoři rozdávají placku s logem kampaně, dětem dětské lístky.

Samolepka s otázkou Nejedeš načerno? na tramvajových a autobusových dveřích připomíná zapomnětlivcům, že si mají koupit jízdenku.

Do kampaně jsme zapojili studenty SPŠD v Masné, kteří zástupcům městských organizací i médiím představili své vlastní nápady, jak přesvědčit cestující, že za službu se platí.

Výsledky:

Počet černých pasažérů v pražské MHD ve srovnání let 2017/2018 klesl téměř o 15 %. Pokutu za půlku za rok využilo 5 310 cestujících, kteří se zároveň stali ročními předplatiteli pražské MHD. Také díky této akci kontinuálně narůstá počet prodaných ročních kuponů.

Během celého roku se téma pravidelně objevovalo ve všech typech médií (176 výstupů za rok se týkalo tématu černých pasažérů v pražské MHD), vedle klasického PR jsme se starali o osobní komunikaci zástupců pražského magistrátu na sociálních sítích.

Kampaň se stala inspirací pro další česká města - slevu z pokuty při pořízení ročního kuponu zavedla například Ostrava. V Praze byla na začátku roku 2019 pokuta za půlku prodloužena na dobu neurčitou.

Weblinky:

www.nejedesnacerno.cz