

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

Název projektu:

Babi, dědo, nenechte se obrát!

Koncept: původní

Rozpočet: 120 000 Kč

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:

Garanční systém finančního trhu

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AC&C Public Relations, s.r.o.

Přihlašujeme do:

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: Olga Pásková

Funkce: Account Manager

Firma/organizace: AC&C Public Relations, s.r.o.

Ulice: U Ladronky 2331/7

Město: Praha 6 - Břevnov

PSČ: 169 00

Stát: ČESKÁ REPUBLIKA

Kontakt:

Telefon: 728 529 321

Fax:

E-mail: olga.paskova@accpr.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: AC&C Public Relations, s.r.o.

Ulice: U Ladronky 2331/7

Město: Praha 6 - Břevnov

PSČ: 169 00

Stát: Česká republika

IČ: 251 12 716

DIČ: CZ 251 12 716

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

3

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Senioři jsou ve světě financí snadný cíl. Celý život dostávali výplatu na ruku a co ušetřili, šlo na vkladní knížku. Dnešní doba je ale složitější. A starší lidé tápou. Garanční systém finančního trhu (GSFT) se proto rozhodl propojit absolventy VŠ se seniory. Mladí seniorům předávají informace, jež jim dodají sebevědomí a schopnost odolat nevýhodným nabídkám některých poradců. Jako jediní v ČR pořádáme interaktivní přednášky, díky kterým se senioři dozví, jak se vyhýbat finančním nástrahám.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Lidé nad 60 let mívají na účtu či v hotovosti celoživotní úspory a neví, jak s nimi naložit. Finanční poradci jim nabízejí řadu investičních produktů, ale už se nezmíní, že jsou s nimi spojena velká rizika. Jde o velký problém, protože až 90 % vkladatelů netuší, že určité produkty nejsou ze zákona pojištěny. Existující vzdělávací programy necílí na práva spotřebitelů, aktivně nepředávají informace, které mohou pomoci starší věkové skupině čelit praktikám nepoctivých finančních poradců. GSFT jako první státní instituce na toto téma s českými seniory otevřeně mluví. Cílem projektu je vytvořit síť ambasadorů, kteří budou v cílové skupině šířit znalosti dále a třeba i radit svým přátelům v krizových momentech.

Strategie:

V rámci projektu propojujeme ekonomicky vzdělané proškolené mladé lidi s těmi staršími, kteří mají životní zkušenosti, ale minulá doba je nenaučila ostražitosti. Jsou terčem manipulace a neumí vyhodnotit informace získané v osobním kontaktu s finančními poradci. GSFT se s „finančními šmejdny“ rozhodl bojovat podobnými zbraněmi. Vyškolili jsme mladé a ekonomicky vzdělané lidi, kteří své znalosti předávají seniorům při osobních setkáních – se stejným pochopením, jako kdyby to říkali svým prarodičům. Spolu s nimi jezdí za seniory zástupci GSFT, kteří tak z první linie vidí, co české seniory trápí a zajímá.

Nástroje a aktivity

Interaktivní a zábavná přednáška, jasné informace, pozitivní i negativní příklady přímo ze života, informační brožury pro seniory a jejich přátele. A spousta dotazů od seniorů, na které by sami odpovědi nenašli. Takto proběhlo více než dvacet akcí v desítkách českých měst v loňském roce a dříve. Vytvořili jsme srozumitelná animovaná videa, která cílové skupině radí, jak se chovat v krizových situacích. Facebooková stránka, kterou spravujeme, přináší cílové skupině aktuální informace ze světa financí. Vytvořili a umístili jsme i řadu článků v médiích, jejichž čtenářskou základnu tvoří převážně starší lidé.

Výsledky:

Přednáškami jsme oslovili bezmála tisícovku seniorů. Umístěnými texty jsme zasáhli 5,5 miliónu čtenářů. Facebookový stream z přednášky se dostal k více než dvaceti tisícům lidí a dosah jednotlivých příspěvků je v řádu desetitisíců. Získali jsme stovky ambasadorů v cílové skupině. A také se podařila jedna důležitá věc: pro dobrou věc se propojily dvě generace, které by si k sobě cestu jinak zřejmě nenašly.