

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

V roce 2011 jsme provedli relaunch online komunikačního kanálu Baby-klub.cz podpořený kampaní na facebooku a spoluprací se třetími stranami (odborníky - lékaři a neziskovými organizacemi). Cílovou skupinu projektu - ženy ve věku 20-45 let bez ohledu na zdravotní pojišťovnu, u které jsou registrovány - jsme oslovili zajímavými edukačními texty připravovanými společně s odborníky, online poradnou a propojením komunikace na další kanály, především na facebook. Díky relaunchi se nám podařilo zvýšit počet registrovaných členek Baby klubu více než 10ti násobně (18.510 nově registrovaných členek) a získat 8.951 nových fanoušků na facebooku.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Pro VZP bylo prioritou oslovit a zaujmout cílovou skupinu žen-matek, která byla identifikována jako klíčová pro získávání nových i pro udržení stávajících klientů. Cílem projektu bylo a je poskytovat této skupině ve virtuálním prostředí odborné informace ve srozumitelné formě stejně jako ukázat vlídnou tvář pojišťovny i ochotu zapojit do diskuse o všem, co je trápí. Nabízíme možnost najít na jednom místě odborné medicínské informace o péči o dítě spolu s informacemi týkajícími se zdravotního pojištění. Do diskuse se prostřednictvím internetových stránek Baby-klub.cz i profilu na facebooku zapojují odborníci mimo VZP i odborníci z VZP napříč odděleními. Při komunikaci s cílovou skupinou klademe důraz na jednoduchost a jasnost sdělení. Některé texty oslovily další média, kterým jsme je poskytli pro další medializaci.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Žádný průzkum nebyl před ani v průběhu realizace projektu uskutečněn.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Naši strategií bylo oslovit cílovou skupinu žen ve věku 20-45 let, které mají rodinu, a profilovat se v jejich očích jako odborník na jejich problémy spojené se zdravím. Využili jsme k tomu naše dlouholeté zkušenosti a know-how v této oblasti, zejména kvalitní informační servis z oblasti zdraví, zdravotnictví, péče i pojištění. Za klíčové považujeme zapojení třetí strany, odborníků - lékařů a specializovaných sdružení (např. OS Nedoklubko). Pro úspěšný start kampaně jsme provedli relaunch virtuálního prostředí Baby klubu a podpořili jej kampaní k profilu na facebooku, abychom cílovou skupinu oslovili v rámci internetu na více místech, kde tráví čas a hledají potřebné informace k péči o děti a rodinu.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Server Baby-klub.cz fungoval pro definovanou CS již v minulosti, nebyl však dostatečně aktualizovaný a neposkytoval moderní virtuální prostředí pro setkávání cílové skupiny. V roce 2011 jsme provedli kompletní relaunch a podpořili server komunikací na facebooku. Baby klub jsme výrazně zatraktivnili postupným přidáváním nových rubrik, které byly připraveny na základě doporučení návštěvníků facebooku, dále pravidelnou aktualizací, interaktivitou a rychlostí řešení dotazů, které zde návštěvníci mohou pokládat (online poradna). Propojením s Facebookem, zapojením odborníků a dalšími internetovými projekty VZP se nám podařilo vytvořit ucelené virtuální prostředí pro setkávání cílové skupiny s možností profilovat VZP jako partnera a garanta odborných informací při péči o děti a rodinu.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

V roce 2011 došlo k nárůstu počtu registrovaných členek Baby klubu více než 10ti násobně (z 2.000 na 20.510 členek). Nově spuštěné rubriky zaznamenaly pozitivní ohlas, který můžeme vyčíslit zájmem o online poradnu - více než 30 dotazů měsíčně. FCB profil Baby klub zaznamenal v roce 2011 nárůst fanoušků z 200 na 9.151. Nábory fanoušků probíhal především virálně. 98% členek facebookového profilu jsou ženy. Administrátorem vkládané statusy, fotky a odkazy jsou komentovány a palcovány stovkami fanoušků, stránka má za den stovky zhlédnutí. Kladný vliv na cílovou skupinu dokazují diskuse pod statusy na facebooku.