

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

MY.TOP 09 je projektem strany TOP 09, který má za cíl vytvoření univerzální platformy pro setkávání a komunikaci s podporovateli strany. Protože podporovatelé jsou základním stavebním kamenem úspěchu strany, je komunikace mezi zástupci TOP 09 a jednotlivými podporovateli klíčová. Uživatelé tohoto portálu mohou vytvářet skupiny, ve kterých mohou diskutovat i organizovat (svolávat) různé akce. Ve skupinách jsou zapojeni i politici, kteří získávají zpětnou vazbu a reagují na podněty uživatelů MY.TOP 09. Rozšířením této vlastnosti jsou i tzv. dotazníky. Portál v roce 2012 prošel zásadní změnou. Byl doplněn o modul podpisových akcí (ty z důsledku umožňují velmi přímé cílení ad hoc), kategorizovanou komunikaci navázanou na expertní skupiny, ankety (které umožňují i validní sociologickou interpretaci) a zejména umožnil díky implementaci již zmíněného dotazníku doplnit celou interní komunikaci o cílení založené na datech sociodemografických, socioekonomických, tematických i z pohledu angažovanosti. Díky těmto novinkám došlo k zásadní změně v efektu interní elektronické komunikace a to až do úrovně trojnásobku. Dopad tohoto přístupu je na necelých 10 000 podporovatelů. Svým rozsahem jde o unikátní projekt cílené interní komunikace nejen v rámci české politické scény.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řeší:

Cílem úpravy MY.TOP 09 bylo zkvalitnit informace o podporovatelích TOP 09, aby bylo možné výrazně zlepšit interní komunikaci. A to jak na úrovni celostátní, tak i krajské a regionální. Základním nástrojem byl dotazník, který byl vytvořen se sociology a který je rozdělen na pět částí (tematickou, sociodemografickou, socioekonomickou, angažovanost a samotnou podporu - viz <https://my.top09.cz/dotaznik/>). Dotazník byl rozdělen, aby umožnil vyhnout se pro některé citlivým datům. Všichni, kteří odpověděli, dostali poděkování předsedy TOP 09 Karla Schwarzenberga se sáčkem soli a sloganem - Jste nad zlato, doplněný claimem - Víc, než si myslíte. Oslovení podporovatelů probíhalo ve 3 vlnách v průběhu prázdnin 2012. Cílem bylo získat alespoň 1 000 vyplněných dotazníků. Zaregistrovali jsme v září dvojnásobek a díky navazujícím aktivitám dnes lze využít další tisícovku podporovatelů.

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

Cílovou skupinou byli podporovatelé a členové TOP 09. Projekt interní sítě TOP 09 je analyzován čtvrtletně na základě dat ze systému samotného (počet podporovatelů, jejich aktivita, segmentace skupin, diskusí apod.) a z dat vycházejících zejména z Google Analytics, případně reklamních kampaní. Další analýzy probíhají na základě nástrojů Smartmailingu - e-maily jsou analyzovány pokaždé. Vyhodnocováno je cílení, čas, ale i stylistika, která hraje nezanedbatelný vliv.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Soutěžní kategorie "zahrnuje aktivity, které se zabývají uplatněním nových digitálních médií a internetu v oblasti public relations." Komunitní portál MY.TOP 09 nabízí vlastní prostředí pro komunikaci, svůj vliv si udržel díky vybraným službám pro zjednodušení administrativy v rámci TOP 09 a nabídl svým členům transparentní přístup k osobním údajům. Vedle těchto služeb, je portál využíván pro klíčový sběr informací, které pomáhají následně precizně cílit nabízené informace. Efekt je nezpochybnitelný.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Došlo k jasnému a měřitelnému zvýšení efektivity rozesílání elektronických informací. V segmentu, který je obsluhován databází, dochází k měření na základě služby Smartmailingu - cílené emaily dosahují trojnásobku otevření (ve srovnání s cílením na všechny registrované podporovatele), tedy pravděpodobně "konzumace" relevantní informace. Dochází také k postupnému zvyšování efektivity u toho typu informací, kde nelze cílovou skupinu měnit - díky analýzám, které systém průběžně umožňuje. Pozitivně se tyto změny projeví na zpětné vazbě, které mají odraz i ve veřejné, neinterní komunikaci - například podpisové akce mají stovky podporovatelů v dané konkrétní věci (viz <https://my.top09.cz/podpisove-akce/detail/10>). Medializace takové akce (například prostřednictvím sociálních sítí) má další efekty. MY.TOP 09 a informace v něm obsažené jsou základem pro úspěšný rozjezd dalších projektů, z nichž řada napomohla i legislativním změnám (například obceldem.cz). Stranou nesmí zůstat ani identifikace zájemců o vzdělávání, konference nebo eventy. Oceňovány jsou možnosti zapojení do práce na expertní úrovni, které je díky několikastupňovému rozdělení také velmi praktické. Ve volebních letech samozřejmě dochází ke spolupráci v předvolebních kampaních, v roce 2010 je odhad dopadu zapojení podporovatelů jen v reklamním prostoru v řádu milionů korun.

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