

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Na základě dlouhodobé vzájemné spolupráce Nadačního fondu Albert a neziskové organizace Spolu dětem, o.p.s. vznikl v roce 2012 projekt s názvem Jarmarky s Albertem. Je určený dětem z dětských domovů, které se v průběhu celého roku, prostřednictvím na sebe navazujících aktivit, učí základním pracovním dovednostem. Děti z ústavní péče nemají moc možností získat základní pracovní zkušenosti. Celoroční aktivity vrcholí v samotných jarmarcích na ploše prodejny Albert a dají těmto dětem ze sociálně ohroženého prostředí alespoň nějakou možnost si vyzkoušet, co takový prodej výrobků obnáší. Projekt Jarmarky s Albertem předává dětem hravou a poznávací formou zkušenosti ze světa podnikání, dává jim možnost tvořit a získat dovednosti, které v budoucnu použijí v samostatném životě mimo dětský domov. Děti (i jejich vychovatelé) projdou školením s názvem „Obchodníkem snadno a rychle“, kde se naučí více o dělbě práce, týmové spolupráci, tvorbě rozpočtu, propagaci a marketingu prodeje nebo stanovování ceny výrobku. Získané informace využijí nejenom při výrobě zboží, které pak samy prodávají na jarmarcích v prodejnách sítě Albert. Projekt je komplexní a prakticky zaměřený. Děti nedostanou nic zadarmo. Učí je, že když v životě něco chtějí, musí pro to něco udělat. Učí je strategicky a obchodně myslet (vybrat ten správný výrobek, který zaujme) a komunikovat (propagace a samotný prodej výrobků, vzájemná týmová komunikace). Důležité je i jeho systematické rozdělení do celého roku, jako i možnost spolurozhodovat o tom, jak bude zisk rozdělen a použit. V neposlední řadě se děti seznamují i se základními pravidly hospodaření, se kterým mají ve většině případů velký problém.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řeší:

Projekt je regionální, probíhá v různých krajích ČR, dle prostorových možností prodejen Albert a zájmu dětských domovů. V průběhu školení učí děti PR manažerka Aholdu, jak komunikovat s regionálními médii. I jedno z kritérií vyhodnocení úspěšnosti jarmarků v regionech je hledisko regionální propagace. Dětské domovy se snaží proto komunikovat akcí s regionálními médii samy, co jim pomáhá zvýšit návštěvnost, potažmo jejich vydělek. Zajímavá je i komunikace v místě prodeje. Děti si vytvoří plakáty s vtipnými slogany, které zákazníci také ke stánku přilákají. Porota složená z organizátorů Jarmarků na závěr vyhláší soutěž o nejlepší slogan, který také odmění. V médiích jsme generovali celkem 54 výstupů (35 online a 19 tištěných), přičemž se převážně jednalo o regionální média.

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

Nezisková organizace Spolu dětem, o.p. s. realizovala v minulosti podobnou akci s názvem Jarmarky pro šikovné ručičky. Z důvodu nedostatku financí musel být tento projekt v roce 2010 ukončen. V roce 2012 se Nadační fond Albert rozhodl projekt finančně podpořit a uspořádat ho na prodejní ploše hypermarketů Albert v upravené podobě. Na základě ohlasu a zájmů domovů vidíme, že o projekt je velký zájem. Šanci na jarmarcích prodávat dostane přibližně jenom polovina z přihlášených (vybíráme na základě originality předložených výrobků). Také výstupní tržby jsou pro dětské domovy cenným zdrojem financí na aktivity s dětmi, které nepokryjí finance ze státního rozpočtu. Přehled prodaných výrobků a tržeb je součástí příloh.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Podobný projekt již existoval v minulosti. Rozhodli jsme se ho podpořit, protože byl o něj vždy velký zájem a z hlediska praktické přípravy dětí do života ho považujeme za velmi užitečný. Předvánoční období, ve kterém zaznamenávají prodejny Albert vysokou návštěvnost několika desítek tisíc zákazníků, je vhodné pro charitativní akce tohoto typu. Ze stejného důvodu je prodejní plocha hypermarketu vhodným místem konání.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Jarmarky s Albertem jsou projektem celoročním. Nejdříve se vypíše výběrové řízení kdy dětské domovy nám musí poslat ukázky svých výrobků. Porota hodnotí především originalitu zaslaných vlastnoručně vyrobených výrobků. Pro vybrané domovy následuje obchodnické školení i za účasti odborníku (PR, marketing) z Aholdu. Následující měsíce děti vyrábí své výrobky, připravují si dekoraci stánku, své prodejní oblečení, slogan a oslovují místní média. V průběhu adventu dochází k samotné realizaci jarmarků na prodejnách, po kterých proběhne finální vyhodnocení úspěšnosti domovů v prodeji a propagaci.

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

Jarmarky s Albertem využívají vysoké koncentrace nakupujících v prodejnách v předvánočním čase, což podpoří možnost vyššího prodeje výrobků a zájmu našich zákazníků o dobrou věc. Propagace akce dětskými domovy v místě jejich působení může částečně ovlivnit návštěvnost v prodejnách.