

---

## PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

UŽ NIKDY

Projekt byl navržen a proveden pro:

EUROVIA CS

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison&Rose

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Hana Kabourková

Firma/organizace: Bison&Rose

**Stručné shrnutí projektu:**

Pracovníci na silničních stavbách jsou vystavováni vysokému nebezpečí. Kampaň „Už nikdy“ apeluje na řidiče, aby si uvědomili, jaké škody mohou napáchat svojí neohleduplnou jízdou. Cílem kampaně bylo zdůraznit, že EUROVIA CS dbá o bezpečí svých lidí při práci, proto byla původně plánována pouze pro účely interní komunikace. Protože ale měla kampaň mezi zaměstnanci mimořádně pozitivní ohlas, rozšířila ji firma i do externí komunikace. Jen během léta kampaň oslovila přes 3,5 milionů českých řidičů.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Zadáním bylo efektivním způsobem přispět k vyšší bezpečnosti pracovníků na stavbách společnosti EUROVIA CS. Cílem informační kampaně směřované primárně na zaměstnance bylo zvýšit povědomí o rizicích při práci na stavbách a rekonstrukcích. V další vlně kampaně určené pro širokou veřejnost pak bylo primárním cílem přimět aktivní řidiče k zamýšlení nejen nad vlastní bezpečností při cestování autem, ale i nad bezpečností pracovníků na stavbách, kolem nichž projíždějí. Cílovými skupinami kampaně byli zaměstnanci EUROVIA CS (interní kampaň) a široká veřejnost - aktivní řidiči (externí část kampaně).

**Strategie:**

Telefonování a psaní textových zpráv za jízdy, únava, nerozhodnost i nejistota řidičů - to vše může ohrozit pracovníky EUROVIA CS při práci na silničních a dálničních stavbách. Na těchto faktech jsme založili myšlenku kampaně. Použili jsme jasný a výstižný claim „Už nikdy“ a obsahově i produkčně připravili emotivní video. To jsme zvolili za klíčový nástroj a následně s ním pracovali v obou fázích kampaně. Příběhem i laděním a tónem videa jsme chtěli prohloubit důvěru zaměstnanců, upoutat pozornost a upozornit na téma. Naší ambicí bylo vést co nejširší veřejnost k zamýšlení, že i samotní řidiči mohou jednoduše přispět a eliminovat tragická zranění pracovníků na silničních stavbách.

**Nástroje a aktivity**

Interní komunikace: video Už nikdy - Intranet společnosti EUROVIA CS, plakátová „teaser“ kampaň (avizovala blížící se Mezinárodní den bezpečnosti), samolepky (distribuce v rámci interního zpravodaje)

Externí komunikace : TZ a individuální media relations - komunikace tématu ve vybraných médiích, sociální sítě - adaptované video na FB, YouTube kanál - sponzorované video Už nikdy, varovné cedule - umístěny přímo na probíhajících silničních stavbách

**Výsledky:**

Kampaní jsme zaujali stanovené cílové skupiny a naplnili i naše komunikační cíle. Interně zhlédlo video Už nikdy 2 000 zaměstnanců EUROVIA CS. Video do svého plánu interní komunikace přebraly i zahraniční pobočky EUROVIA CS (Polsko, Litva, Slovensko), včetně pobočky v Kanadě. Na YouTube kanálu mělo video Už nikdy 2000 zhlédnutí a celkem přes 3 miliony impresí, na Facebooku pak 150 000 zobrazení. Oslovili jsme exponovanou cílovou skupinu častých řidičů - 56 % mužů ve věkové skupině 24-34 let. Podařilo se nám vzbudit i zájem relevantních médií, celkem 11 výstupů se věnovalo kampani, přibližovalo problematiku nebo zobrazovalo video. Kampaň jsme podpořili i v širším kontextu ve formě rozhovorů s generálním ředitelem EUROVIA CS v televizi i rádiu.

**Weblinky:**

[https://www.youtube.com/watch?v=rTLe0A\\_GQUQ](https://www.youtube.com/watch?v=rTLe0A_GQUQ), <https://www.youtube.com/watch?v=QCX4jZbWvgc>,  
<https://doporucujeme.denik.cz/doporucujeme/eurovia-cs-apeluje-na-ridice-bezpecnostni-kampani-uz-nikdy-20190822.html>,  
<https://www.blesk.cz/clanek/radce-auto/612578/eurovia-cs-apeluje-na-ridice-bezpecnostni-kampani-uz-nikdy.html>,  
[https://sdeleni.idnes.cz/auto/eurovia-cs-apeluje-na-ridice-bezpecnostni-kampani-uz-nikdy.A190709\\_144449\\_auto-sdeleni\\_rest](https://sdeleni.idnes.cz/auto/eurovia-cs-apeluje-na-ridice-bezpecnostni-kampani-uz-nikdy.A190709_144449_auto-sdeleni_rest),  
<https://www.televizeznam.cz/video/byznys/kolik-stoji-jeden-kilometr-ceske-dalnice-150-milionu-nebo-take-miliardu-rika-sef-eurovie-63979701>