
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

25 let Linky bezpečí

Projekt byl navržen a proveden pro:

Linku bezpečí, z.s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

SILVER B.C., s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, 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: Jindřich Vaněk

Firma/organizace: SILVER B.C., s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Linka bezpečí je nejdéle fungující krizová linka v ČR pro děti a mladistvé do 26 let. Od roku 1994 realizuje anonymní pomoc na vysoké odborné úrovni. Nonstop a zdarma pomáhá s řešením náročných životních situací. Ročně poskytne cca 150 tisíc konzultací. Skutečností však je, že dvě třetiny volajících z nedostačující kapacity, není schopna odbavit. V roce 2019 proto realizovala informační a fundraisingovou kampaň „25 let Linky bezpečí“ v ČR.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vytvoření kreativního konceptu kampaně a návrh komunikační strategie spojené s 25. výročím fungování Linky bezpečí.

Hlavní cíle:

- [] zvýšit povědomí u široké veřejnosti o Lince bezpečí, jejím fungování, odbornosti a nezbytnosti poskytovaných služeb
- [] prezentovat problém – podfinancování Linky bezpečí
- [] získat finanční podporu měst a krajů ČR, navýšit počet dobrovolných dárců

Cílové skupiny

- široká veřejnost, potenciální dárci, kteří dosud nepřispívají
- [] státní a odborné instituce, kraje, města, obce

Strategie:

Kombinace celoplošné kampaně „25 let Linky bezpečí“, realizované prostřednictvím mediálních partnerů Českého rozhlasu a České televize a šesti regionálních kampaní v krajích ČR. V rámci komunikačních aktivit prezentovat problém podfinancování a nedostatečné kapacity Linky bezpečí. Realizovat osobní setkání a navázat přímou spolupráci s krajskými úřady a magistráty ve vybraných krajských městech – Ostrava, Olomouc, Plzeň, Brno, Jihlava, Liberec a maximálně tak zapojit kraje, města a obce do přímého financování Linky bezpečí a získávání nových dárců.

Zajistit bezplatný mediální prostor pro realizaci kampaně.

Nástroje a aktivity**Nástroje:**

- [] videospot pro multikina, TV, on-line a LED
- audio spot
- [] outdoor
- [] web, PPC
- regionální odborné konference
- [] Colours of Ostrava – sbírková akce „Daruj kelímek“
- [] PR aktivity – organizace tiskových konferencí v šesti městech vybraných krajů, prezentace „Příběhů z Linky bezpečí“

Regionální aktivity:

- [] vysílání kino spotu v multikinech a Cinema City a Cine Star
- [] on-line kampaň: reklama na Google Ads, Seznam Sklik a na sociálních sítích Instagram a Facebook
- [] outdoorová kampaň na plochách ČD – plakáty ve vlacích, v SC Pendolino, variopostery, CLV, billboardy a spot na LED na nádražích
- [] organizace odborných konferencí v 6 krajských městech

Celoplošné aktivity:

- [] vysílání rádiového spotu v Českém rozhlase
- [] vysílání charitativního TV spotu na kanálech České televize

Výsledky:

Navýšení počtu individuálních dárců vzrostl o 17%.
Partneři kampaně věnovali mediální prostor v hodnotě 5 000 000 Kč.
Partnerství Colours of Ostrava – přímý výsledek sbírky 126 000 Kč.
Do projektu se zapojilo šest krajů a magistrátů krajských měst.
Projekt zaštitila Hospodářská komora.

Ocenění:

1. místo v kategorii integrovaná kampaň – Fórum dárců
 3. místo za veřejně prospěšný spot – Fórum dárců
- Linka bezpečí se stala Neziskovkou roku za rok 2019

Weblinky:

www.linkabezpeci.cz