
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

SRNA index

Projekt byl navržen a proveden pro:

pojišťovna Generali

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Generali Pojišťovna + AC&C PublicRelations

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

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: Zdenka Učňová

Firma/organizace: AC & C, Public Relations, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Přeběhla vám přes cestu černá kočka? Budete mít smůlu. Přeběhla vám přes ni srna a nic se vám nestalo? Máte z pekla štěstí! Na českých silnicích roste počet srážek vozidel se zvěří. Pojišťovna Generali se to rozhodla změnit. Ve spolupráci s Centrem dopravního výzkumu začala vydávat Index SRNA. Ten mapuje nejčastější místa srážek se zvěří a porovnává míru rizika střetu mezi kraji a okresy. Index také motoristům radí, jak předejít zbytečným škodám na autech i zdraví.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo vytvořit komunikaci indexu zpracovávaného Centrem dopravního výzkumu a pojišťovnou Generali. Index na základě údajů Policie ČR dvakrát ročně mapuje srážky se zvěří a výši takto vzniklých škod. Cílem bylo profilovat pojišťovnu Generali jako experta na pojištění a připojištění vozidel, vzdělávat řidiče a přispět k snížení počtu nehod. Cílovou skupinou byli všichni řidiči v ČR.

Strategie:

Rozhodli jsme se dát číslům život a zasadit je do kontextu. Představit je srozumitelnou, ale komplexní formou. A spolu s tím řidiče poučit, jak se chovat v krizových situacích. Index jsme nazvali SRNA. Nejde jen o zvíře, ale i o zkratku toho, co index mapuje – SRaženou zvěř a NAbouraná auta. Bylo třeba přinést zajímavé údaje celostátním i regionálním médiím. Počty nehod, jejich četnost a výši škod jsme proto zpracovali na úrovni okresů, krajů i v celostátním měřítku. Doplnili jsme i rady, jak těmto nehodám předcházet a co dělat, když ke sražení zvěře dojde. Prezentace indexu obsahovala nejen počty nehod, ale i srovnání a čísla ve snadno představitelné formě. Z údaje o počtu nehod jsme třeba vytvořili sdělení, že v průměru na každém pátém kilometru českých silnic řidičům hrozí srážka se zvěří. Výši škod jsme komunikovali pomocí reálných příkladů, jakou škodu srážka se srnou nebo divokým prasetem způsobí u konkrétních typů vozidel. Vše jsme komunikovali tak, aby si to dokázal představit každý řidič. Naše aktivity jsme naplánovali na jaro a podzim, kdy jsou střety se zvěří nejčastější.

Nástroje a aktivity

Uspořádali jsme workshop, kde jsme index detailně představili klíčovými novinářům. Vedle odborníka z CDV byli mezi mluvčími také nestranní experti, například zástupce myslivců nebo odborník na zvěř. Následně jsme médiím distribuovali tiskovou zprávu s infografikou. Zaměřili jsme se na motoristická, celostátní a regionální média. Každému médiu jsme poskytli údaje na míru, pro lokální tituly jsme připravili i regionálně adaptované grafické podklady. V současnosti připravujeme spuštění facebookové stránky k průběžné komunikaci zaměřené na vzdělávání řidičů.

Výsledky:

Pojišťovna Generali si díky projektu přisvojila téma střetu se zvěří. Projekt získal přes 70 výstupů v médiích, např.:

- Česká televize, Blesk, AHA!, Metro, 5plus2, Aktuálně.cz, MF Dnes
- regionální mutace Deníku, regionální vysílání Českého rozhlasu
- Autonoviny, Autoweek, Autobible, Svět motorů, AutoTIP, Auto Expert

To, nejdůležitější – tedy zda projekt díky vzdělávání řidičů přispěl k snížení počtu sražené zvěře a nabouraných aut na českých silnicích, ukáže až čas.