
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

ŠKODA AUTO – Děkujeme zdravotník

Projekt byl navržen a proveden pro:

ŠKODA AUTO

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ŠKODA AUTO a.s.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

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: Pavel Jína

Firma/organizace: ŠKODA AUTO a.s.

Stručné shrnutí projektu:

#SKODAAUTOpomaha a obědy do nemocnic je unikátním projektem, jehož cílem bylo podpořit zdravotníky bojující s pandemií v nemocničních zařízeních v České republice. Zároveň měl podpořit pozitivní vnímání značky ŠKODA AUTO ve spojení s charitativní akcí a posílit spojení ŠKODA AUTO s českým hokejovou reprezentací.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo podpořit pozitivní vnímání značky ŠKODA AUTO ve spojení s charitativní akcí a posílit spojení ŠKODA AUTO s českým hokejovou reprezentací. Dalším cílem bylo aktivní zapojení lidí ze zájmových okruhů hokej/charita/auto-moto.

Strategie:

Projekt byl navázán na mezinárodní hokejový turnaj (Karjala Cup). Pomocí komunikačních kanálů reprezentace i oslovení sportovních novinářů byla veřejnost seznámena s možností zapojit se do akce. Komunikace dále probíhala během turnaje v čele s přenosy ČT, závěrečná komunikace byla zacílena na pokrytí samotných rozvozů. Obědová menu (v součtu 875 obědů do 7 nemocnic) vařili kuchaři oslovující jiné než sportovní publikum (Jan Punčochář a Tomáš Dolníček), rozvoz zajišťovaly hokejové osobnosti společně s influencery značky (Martina Sáblíková, Radim Fiala, Marek Lambora Marek Ztracený apod.) Celkové cíle (především v měřitelných hodnotách GRP či zapojení fanoušků) byly vysoce překročeny.

Nástroje a aktivity

Využití širokého portfolia témat či osobností, které oslavují výrazně jinou mediální oblast i cílové diváky. Nositeli sdělení se taky stali zdravotníci/nemocnice (objekt obecného zájmu i zásadní součást současného zpravodajství), národní hokejový tým (TOP téma sportovních médií v Česku s pozitivním sentimentem), kuchaři známí z prostředí televizních soutěží (bulvární tituly a společenské rubriky), osobnosti z řad herců a zpěváků (bulvární tituly a společenské rubriky) a další špičkoví sportovci (sportovní média s přesahem do zpravodajství). To vše propojeno v křížové komunikaci v rámci sociálních sítí všech účastníků.

Výsledky:

Celkem 875 obědů rozvezených mezi zdravotníky ze sedmi českých nemocnic, přes 27 tisíc hlasujících v anketě. Co se týče mediálních výsledků, obědové výzvě se věnovalo přes 160 článků ve všech předních médiích, včetně TV a rozhlasu, celostátních i regionálních deníků. Mediální pokrytí přineslo mediální dopad 48,3 GRP při investici 342 000 Kč.

Weblinky:

<https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/skoda-auto-sablikova-s-pesanem-rozvezli-diky-golum-hokejistu-875-obedu-do-nemocnic/>,
<https://www.skoda-storyboard.com/cs/tiskove-zpravy-archiv/skoda-auto-pomaha-za-kazdy-gol-hokejove-reprezentace-cr-vstreleny-na-turnaji-karjala-cup-p-oslavke-obedu-zdravotnikum-v-prvni-linii/>