
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Komunikační platforma Nové Boleslavsko

Projekt byl navržen a proveden pro:

Nadační fond ŠKODA AUTO

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Nadační fond ŠKODA AUTO

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: Ladislav

Firma/organizace: Nadační fond ŠKODA AUTO

Stručné shrnutí projektu:

Komunikační platformu Nové Boleslavsko jsme založili s cílem zvýšit povědomí o projektech Nadačního fondu ŠA, který byl založen s cílem zvýšit kvalitu života na Mladoboleslavsku. Sekundárním efektem se skrze naši platformu začali propojovat subjekty z veřejného, soukromého sektoru a samotní občané. Tímto byl nastartován veřejný dialog podporující transformaci regionu. Okolo platformy vznikají komunity lidí, kteří spolupracují, spoluutváří region, což přináší benefity všem stranám.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání: jak co nejefektivněji komunikovat projekty Fondu, cílící na zlepšování kvality života na Mladoboleslavsku? Jak oslovit veřejnost pro nové podněty co společně rozvíjet? Společným dialogem a úsilím. Zodpovědnou společností. Komunikační platformou prezentujeme nejenom naše projekty, ale zároveň šíříme osvětu, napomáháme vzniku zodpovědné komunity, vytváříme místo, kde může region komunikovat bez rozdílu. Naše fondové aktivity a komunikační cíle naplňují 3 cíle udržitelného rozvoje SDGs – Zdraví a kvalitní život, Udržitelná města a obce a Partnerství ke splnění cílů. Naše hlavní sdělení se týká bezpečnosti, radosti ze života, inovací a transformací. Cílíme na všechny občany regionu.

Strategie:

V komunikační strategii využíváme různých kanálů – sociální média (Facebook, Instagram), webové stránky, newsletter, ale i tištěná média nebo rozhlas. Skladbou kanálů cílíme na všechny věkové skupiny (mladou, střední a starší). S tím souvisí obsahová strategie, velmi organická, přizpůsobená dané cílové skupině (dle výsledků z průzkumu veřejného mínění). Např. u mladších se soustředíme na kreativitu, sport a bezpečnost, u starších pak na témata historie, zajímavostí z regionu. Krom komunikace projektů Fondu nám jde o efektivní propojování a zvyšování informovanosti obyvatel, podněcování debat vedoucích k reálným změnám, o pozitivní motivaci, jak lze věci dělat jinak. O budování hrdosti občanů k regionu pojojením historických milníků s přítomností.

Nástroje a aktivity

Pro cílení aktivit Fondu a nastavení platformy využíváme jak objektivních ukazatelů kvality života – analytické studie, obce v datech; tak i subjektivního vnímání potřeb – roční průzkumy veřejného mínění. Komunikujeme skrze různé formáty – videa, fotografie, články, soutěže, rozhlas, eventy. Nové Boleslavsko nabízí nástroje i aktivity, kterými mohou občané měnit svůj region. Vyzýváme občany k aktivnímu zapojení – bezpečnost mohou např. zvýšit online značením nebezpečných dopravních míst ve svém okolí, veřejně hlasovat o projektech. Informujeme o aktuálním dění ve městě a okolí, grantových výzvách, možnostech osobního rozvoje. Vedeme dialog s místními municipalitami o rozvojových projektech.

Výsledky:

Výsledkem je zvýšení povědomí občanů o aktivitách Fondu. Cílením projektů a jejich komunikací pak zvyšující se spokojenost občanů v určitých oblastech, na které se Fond a partneři zaměřují, sdružování různých komunit, zapojení obyvatel do procesu utváření regionů skrze sociální sítě – nárůst počtu fanoušků na FB za posledních 12 měsíců o 481% (80% z regionu), 1665000 impresí, 8 026 interakcí, 40 700 uživatelů průměrně měsíčně dosaženo.

Weblinky:

<https://www.facebook.com/NoveBoleslavsko/>, <https://www.noveboleslavsko.cz/>