
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

#marketingpomaha během 14 dní: společně, bezplatně a především rychle

Projekt byl navržen a proveden pro:

úřady a smysluplné projekty

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Lesensky.cz

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: Roman Kučera

Firma/organizace: Lesensky.cz

Stručné shrnutí projektu:

Jak mohou odborníci na komunikaci nejvíce pomoci během pouhých 14ti dní v začátcích pandemie? Tím, že spojí síly. Propojením konkurenčních agentur a freelancerů vznikla okamžitě po vyhlášení nouzového stavu volná kapacita pro pomoc smysluplným projektům a přetíženým úřadům v krizových situacích. Díky bezplatné podpoře spolupracujících subjektů v rámci výzvy #marketingpomaha se v té nejtěžší době stávaly z myšlenek fungující projekty, a to v řádu hodin.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Za myšlenkou propojit v jeden fungující celek PR a marketingové odborníky, kteří proti sobě za normálních okolností stojí v tendrech, stála nedostatečná interní kapacita jednotlivých subjektů na podporu smysluplných aktivit v začátcích pandemie. Většina nově vznikajících projektů potřebovala zajistit marketingový servis velmi rychle. Proto bylo prvním cílem výzvy #marketingpomaha promptní propojení odborníků za účelem získat okamžitě novou časovou i odbornou kapacitu.

Druhým cílem pak bylo zahájení průběžného oslovování potenciálních zájemců s nabídkou bezplatné a rychlé marketingové a PR podpory.

Strategie:

Už během prvních 48 hodin se podařilo propojit 30 spolupracujících subjektů. Za 6 hodin od zveřejnění výzvy vznikl první společný projekt – www.pomahamesi2020.cz. Díky rychlé marketingové podpoře mohli senioři bezplatně obědovat už druhý den. Během necelých 14 dní pomohli spolupracující marketéři dvacítce projektů. Nejčastěji s krizovou komunikací, vytvářením webů, medializací, zpracováním obsahu či s kampaněmi na sociálních sítích. Kromě neziskového sektoru využil jejich nabídky bezplatné a rychlé pomoci také Jihomoravský kraj, brněnský magistrát či starostové městských částí a malých obcí. Tým odborníků stojí za vznikem zajímavých nápadů, jimž pomohl k rychlé realizaci. Příkladem může být zprovoznění prvního automatu na roušky, u kterého uběhlo na cestě od myšlenky k realizaci jen 24 hodin. Komplexní informační web o koronaviru pro město Brno zase vznikl během šesti dní.

Nástroje a aktivity

K šíření informací se během prvních dvou týdnů využívala média, PPC kampaně, sociální sítě a přímá komunikace s orgány samosprávy. Nejvíce nápadů na smysluplné projekty a zároveň požadavků na marketingovou a PR pomoc jsme evidovali u starostů, kteří byli maximálně přetížení komunikací. Právě na podporu radnic se tak výzva soustředila nejaktivněji.

Výsledky:

Stěžejním měřítkem úspěšnosti výzvy propojující šikovné freelancery a agentury je kvalita odváděné práce na konkrétních projektech. Jsme přesvědčeni, že pokud bude úroveň PR podpory u společensky odpovědných aktivit vypadat podobně jako u již zmíněného automatu na roušky či bezplatné dodávky jídel seniorům (viz příloha), stávají se podobná uskupení specialistů napříč obory dlouhodobě zajímavým a funkčním modelem v oblasti CSR. Rok od vypuknutí pandemie nás samozřejmě těší fakt, že spolupráce subjektů v rámci výzvy #marketingpomaha neskončil a má potenciál pomáhat do budoucna všude tam, kde bude potřeba. A čím, že bylo vyhlášení této výzvy odlišné od všech následujících? V její rychlosti!

Weblinky:

<https://www.ceskatelevize.cz/porady/10435049455-dobre-rano/320291310020029/video/757449>,

<https://www.facebook.com/watch/?v=677990566299066>, <https://www.brnan.cz/udalosti/exkluzivne-pro-brnana-petr-lesensky>