
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Slepá místa

Projekt byl navržen a proveden pro:

Axis Communications s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

TAKTIQ Communications s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

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: Ivan Sobička

Firma/organizace: TAKTIQ Communications s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Zcela nový koncept soutěže společnosti Axis Communications, v níž můžou města a obce soutěžit o inteligentní kamery do svých problémových lokalit, jsme navrhli a uspořádali v termínu 8-11/2020. Díky integrované kampani B2B se do soutěže přihlásilo 49 obcí a získala značnou publicitu v médiích. Soutěž pomohla otevřít přímou komunikaci mezi společností Axis a zodpovědnými zástupci obcí, měla navíc reputační a vzdělávací hodnotu pro širokou veřejnost.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Axis je společensky zodpovědný švédský výrobce kamer a smart city technologií. V ČR distribuuje produkty výhradně prostřednictvím partnerů – instalačních firem. V segmentu městských kamerových systémů je pak klíčovým kontaktem na straně zákazníka např. ředitel policie, příslušný zastupitel nebo přímo starosta. Hlavním cílem kampaně bylo oslovit právě tyto osoby. Jelikož se kamerové technologie rychle vyvíjejí a převládá nepochopení, jak můžou lidem sloužit, byla dalším cílem aktivace širší veřejnosti, edukace a zvýšení důvěry vůči kamerovým systémům.

Strategie:

Klíčem k úspěchu byla partnerství. Kromě toho, že Axis oslovil více než 1000 svých partnerů, spojili jsme se komunikačně se Svazem měst a obcí ČR jakožto největší organizací svého druhu, navíc s aktivní smart city agendou. Mediální partnerství jsme navázali s populárním Tydenikpolicie.cz a rodinou regionálních titulů Drbna.cz, jejichž čtenost v roce 2020 značně vzrostla. Doplnkovou kampaň k aktivaci veřejnosti jsme naplánovali s pomocí Facebooku. Na přehledném a edukativním webu soutěže jsme spustili registrace po dobu 3 měsíců do 31. října 2020. Přihlášená „slepá místa“ obcí pak posoudila nezávislá porota z expertů, kteří působili jako garanti projektu. Soutěž doprovázela pečlivá PR kampaň s příběhy a statistikami.

Nástroje a aktivity

Klíčovým nástrojem byla kvalitně zpracovaná mailingová kampaň pod hlavičkou SMO. Zastupitele obcí jsme mailem oslovovali také osobně. V rámci partnerství jsme soutěž osobně prezentovali na sérii 13 krajských konferencí SMO (někdy v omezeném režimu kvůli pandemii). Mailing partnerům Axis přinesl další registrace, když instalační firmy vyzvaly své „obecní“ zákazníky k účasti. V partnerských médiích jsme publikovali 4 řady článků, na Drbna.cz s využitím regionálních příběhů a cílené podpory všech článků na Facebooku. Příhlášky jsme obratem zveřejňovali na webu Slepamista.cz s možností hlasování veřejnosti. Starostové tak mohli svůj projekt okamžitě sdílet. Zahájení i konec soutěže jsme oznámili formou TZ, přičemž ta závěrečná obsahovala atraktivní statistiky z měst i poutavý příběh nádraží v Sokolově.

Výsledky:

Do soutěže se přihlásilo 49 projektů. Expert společnosti Axis poskytl osobní konzultace všem přihlášeným obcím a navázal spolupráci s novými partnery. Významně se zapojila veřejnost – jeden projekt získal na webu víc než 1.100 hlasů a přiměl porotu, aby vyhlásila mimořádnou cenu. Mediální dosah byl značný – 75 výstupů (99 GRP), včetně závěrečné reportáže Událostí ČT. Pro velký úspěch soutěž pokračuje ročníkem 2021.

Weblinky:

www.slepamista.cz