
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Průzkum Děti a koronavirus

Projekt byl navržen a proveden pro:

Samsung Electronics Czech and Slovak

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Taktiq Communications s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Media relations

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: Barbora Šmýrová

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

Stručné shrnutí projektu:

Uzavření škol, výrazné omezení mimoškolních aktivit, zavření obchody a všudypřítomné roušky – to byl obrázek jara 2020, kdy jsme se poprvé vyrovnávali s pandemií Covid-19. Jaký dopad měly tyto změny na děti? Jejich svět se často smrškl na displej tabletu nebo mobilního telefonu. Chytrá elektronika se stala středobodem každodenního života. Jakým způsobem tráví děti svůj volný čas během celostátního lockdownu, zajímalo nejen Samsung jako technologického leadera, ale také média.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Idea vytvořit průzkum na téma, jakým způsobem a na jakých zařízeních v této době tráví děti čas, vzešla ze samotné pandemické situace. Koronavirus byl téma číslo 1 a naším zadáním bylo využít tento fakt na maximum. Samsung jako lídr v oblasti technologií se logicky zajímá o proměnu chování svých uživatelů během protiepidemických opatření, vyjadřuje se k ní a získané informace poskytuje ke zpracování médiím – ať již technologicky zaměřeným, či mainstreamovým a lifestyleovým. Výsledek takové PR kampaně měl být zároveň relevantní pro obě hlavní divize Samsungu, tedy mobilní a televizní.

Strategie:

Abychom uspokojili široké spektrum médií s různým zaměřením, také průzkum samotný se orientoval na různá témata. Jeho výsledkem je vyhodnocení sociálního chování rodin v době pandemie a toho, jakou roli v tomto chování hrají technologie a elektronika. Zaměřili jsme průzkum tak, aby byl jeho výsledek relevantní pro různé segmenty médií. Už předem bylo jasné, že do výsledků zahrneme i odborné vyjádření třetích stran.

Nástroje a aktivity

S výsledky průzkumu jsme konfrontovali dětského a školního psychologa Petra Berouška a také programového ředitele informačního centra pro vzdělávání EDUin Miroslava Hřebeckého. Jejich vyjádření spolu s citacemi ředitelů jednotlivých divizí společnosti Samsung a výsledkem průzkumu jsme prezentovali ve dvou tiskových zprávách, zveřejněných s odstupem tří týdnů (květen–červen 2020). K oběma tiskovým zprávám jsme přiložili přehledně zpracovanou infografiku s výsledky průzkumu.

Výsledky:

Výsledkem publikace dvou tiskových zpráv na dané téma je celkem 23 organických mediálních výstupů, včetně zpravodajských serverů Denik.cz nebo iDnes.cz. Celkový dosah výstupů činí 9 609 100 uživatelů. Tento průzkum je důkazem, jak lze s minimálním úsilím i rozpočtem dosáhnout velkého mediálního zásahu. Zároveň jsme touto aktivitou posílili obraz Samsungu jako expertního hlasu v oblasti technologií. Toho času šlo o jediný průzkum zaměřený na změnu chování dětí během prvního lockdownu kvůli pandemii Covid-19 v České republice.