
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Společně to zvládneme

Projekt byl navržen a proveden pro:

ČEZ

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ČEZ

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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 Gazdík

Firma/organizace: ČEZ, a. s.

Stručné shrnutí projektu:

Když covid-19 ochromil Česko, dělali jsme maximum pro to, aby nepřestala proudit elektřina, na níž závisely nemocnice, laboratoře, školní výuka i home office. Zároveň jsme se ale jako jedna z největších firem na trhu rozhodli naplnit naše heslo „jsme s vámi“: přispět k vylepšení nálady v celé společnosti a pomoci, kde je třeba. Vlastní vyráběnou desinfekci jsme nabídli nemocnicím. Jako jediní na trhu jsme zákazníkům snížili zálohy až na nulu. Rozdali jsme 31m na boj s epidemií. Byli jsme s vámi.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadání: Udržet pozitivní nadhled občanů ČR i zaměstnanců ČEZ navzdory dlouhotrvajícím omezením a únavě z epidemie. Zajistit maximální ochranu kritických zaměstnanců.

Cíle: Podpořit atmosféru vzájemné soudržnosti a pomoci v době epidemie.

Cílové skupiny: Zákazníci, zaměstnanci, dodavatelé a obchodní partneři Skupiny ČEZ, široká veřejnost.

Strategie:

Ulehčit co nejvíce zákazníkům a široké veřejnosti v těžké době. Povzbudit pozitivní myšlení a aktivní zájem o zdraví.

Nástroje a aktivity**Externí:**

- vstřícné kroky vůči zákazníkům (umožnění odkladu splátek, omezení plánovaných oprav na nezbytně nutné);
- pomocná ruka nemocnicím (dezinfekce vlastní výroby), krajům (datové karty pro školáky ze sociálně slabých rodin) i státu (tým pro trasování);
- finanční podpora na zmírnění dopadů epidemie od Nadace ČEZ (nákupy dezinfekčních prostředků, zajištění roušek, rozvoz potravin a léků zranitelným skupinám obyvatel, příspěvky na nemocniční přístroje);
- podpora provozovatelů našich jídelen - nákup a rozvoz obědů seniorům a sociálně slabým
- dva reklamní spoty natočené samotnými zaměstnanci s hlavním sdělením „společně to zvládneme“.

Interní:

- speciální sekce na intranetu již od 28. 2. (aktuality, informace, přijatá opatření);
- nové benefity související se zdravím (psychologická linka, telemedicína);
- podcast pro zaměstnance;
- uspořádání vánočních trhů přímo v areálech jaderných elektráren, aby si zaměstnanci mohli nakoupit kapry, stromečky a dárky bezpečně.

Výsledky:

Krizová pomoc Nadace ČEZ poskytla přes 31 milionů korun. COVID tým operátorů call center ČEZ vyřídil tisíce hovorů a stal se neefektivnějším ze všech firemních týmů. Odložení záloh až o 3 měsíce využilo celkem 6000 zákazníků. Rozvezli jsme téměř 2 500 obědů připravených našimi jídelnami. Poskytli jsme 1300 datových karet školákům. Zaměstnanci při jarní vlně ušili pro své kolegy 15 000 roušek. Na vánočních trzích nakoupili zaměstnanci jaderek 1600 kg kaprů a přes 300 stromečků. Reklamní spoty Společně to zvládneme, který natočili naši zaměstnanci se svými pracovními kolegy, měly u zákazníků vynikající odezvu. Index výkonu reklamy (IVR) dosáhl rekordních hodnot i ve srovnání s benchmarkem konkurence, nadprůměrných hodnot dosáhly všechny jednotlivé parametry, které do IVR vstupují. Spoty mají potenciál budovat image značky, protože posilují její klíčové atributy.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=UTVzIPugjDw>,
<https://po-zdarns.cz/2020/04/jednotky-hasicu-ze-zdaru-nad-sazavou-ziskala-podporu-od-nadace-cez-krizova-pomoc-2020/>,
<https://www.spst.cz/nadace-cez>, <https://www.ftn.cz/clanky/nadace-cez-poskytla-tn-fin-dar-ve-vysi-1-6-mil-kc-na-porizeni-nove-sanitky-dekujeme-946/>,
https://sumpersky.denik.cz/zpravy_region/sici-stroje-i-jidlonosice-obce-a-neziskovsky-ziskaly-penize-na-boj-s-virem-20200421.html