
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Jistota pro vaše úspory

Projekt byl navržen a proveden pro:

Garanční systém finančního trhu

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AC & C, Public Relations, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby, II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

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: Michaela Procházková

Firma/organizace: AC & C, Public Relations, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Dohlížet na bezpečí vkladů ve finančních institucích je posláním zákonem zřízeného Garančního systému finančního trhu. Vedle toho má za úkol zvedat finanční gramotnost mezi ohroženými skupinami, zejména seniory. Tato role nabyla na významu loni na jaře. S omezeným rozpočtem jsme reagovali na krizovou situaci, pomohli udržet víru lidí v banky a snížili pravděpodobnost krizového scénáře – runu na banky. Kampaň za 100000 CZK zasáhla přes 6 000 000 lidí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo vytvořit online komunikaci (videa, kvízy animované infografiky) cílenou na veřejnost 65+. Tito lidé mají obavy z budoucnosti a podléhají dezinformacím, třeba o rozkladu bankovního a finančního systému. Ty mohou v krajním případě vyústit až v run na banky. Naším cílem bylo vzdělat ohroženou skupinu, skrz edukativní videa jí dát pocit bezpečí a jistoty, že o své vklady v bankách, stavebních spořitelnách a kampaňkách nepřijdou.

Strategie:

Abychom byli pro cílovou skupinu srozumitelní, vytvořili jsme 9 krátkých videí. Ty jsme doplnili kvízy, které nesly message bezpečí pro finance uložené v systému.

Vzhledem k omezenému rozpočtu jsme cílili na sociální síť. Kampaň, zaměřenou na uklidnění cílové skupiny a vysvětlení, jak funguje bankovní a finanční systém, jsme propojili hashtagem #JistotaProVašeÚspory.

Abychom zasáhli i seniory mimo sociální síť, informovali jsme o spuštění projektu všechny Univerzity třetího věku, které v té době fungovaly online. Vedle toho jsme s kampaní oslovili i online média zaměřená na seniory.

Nástroje a aktivity

Natočená videa pomohla seniorům orientovat se ve složitém světě financí. V kvízech si každý mohl zábavou formou otestovat své znalosti. Videia jsme doplnili infografikami.

Veškerý obsah jsme umístili na Facebook. Zároveň jsme vytvořili na platformě FB Canvas dedikovaný prostor, kde byl veškerý obsah přístupný na jedno kliknutí. Obsah jsme promovali na FB, díky čemuž jsme mohli cílit přesně na námi vybranou skupinu – věkově i regionálně. Mohli jsme tak vše komunikovat i do regionů, kde je míra finanční gramotnosti nižší než ve zbytku země. O seriálu jsme informovali Univerzity třetího věku, které tyto materiály sdílely seniorům. Videia i kvízy jsme nabídli i do seniorských médií. Obsah sdílela i mainstreamová média.

Celý projekt bude nyní přihlášen a prezentován na Ministerstvu Financí v registru kurzů Finanční gramotnosti.

Výsledky:

Videa si na Facebooku přehrálo bezmála 100 000 uživatelů. Kvíz vyplnilo 3 000 uživatelů. Řada univerzit třetího věku předala vzdělávací materiály svým studentům. Zároveň se nám podařilo domluvit několik přednášek, kde získáme možnost komunikovat téma pojištění vkladů. Výstupy z kampaně se objevily v médiích – idnes.cz, aktuálně.cz, Deník/deník.cz, i60.cz, senior.cz, investujeme.cz. Obsahem se podařilo zasáhnout celkem 6 000 989 RU (zdroj net monitor). A nejdůležitější výsledek – i díky naší kampani se podařilo udržet víru seniorů v to, že jejich celoživotní úspory jsou v bankách, kampaňkách a stavebních spořitelnách v bezpečí.

Weblinky:

https://www.youtube.com/channel/UCS8EmUfyQ8FrCSjWJqR_KrA/featured