
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Runway Park

Projekt byl navržen a proveden pro:

Letiště Praha, a.s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Letiště Praha, a.s.

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.8 Zábava a sport

Komunikační nástroje:

III.6 Akce a události

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: Andrea Kameníčková

Firma/organizace: Letiště Praha, a.s.

Stručné shrnutí projektu:

Letní sezóna 2020 měla být pro Letiště Praha rekordní, epidemie COVID-19 ale přinesla jiné výzvy. Jak využít volných prostor na letišti, volné pracovní kapacity zaměstnanců a udržet letiště a cestování v povědomí široké veřejnosti? Na ploše bývalé letištní dráhy jsme postavili Runway Park, zábavní park, který návštěvníkům nabízel každý letní víkend program tvořený složkami Letiště Praha i jeho partnery.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Záměrem bylo vymyslet takový projekt, který by pomohl k naplnění několika cílů:

- Podpořit zaměstnanost (snížit počet částečných nezaměstnaností) a angažovanost zaměstnanců Letiště Praha (LP);
- Zvýšit povědomí o značce LP v pozitivních souvislostech netýkajících se krize spojenou s COVID-19 a podpořit vztah cestujících k letišti;
- Monetizovat nevyužité prostory, produkty a služby;
- Podpořit partnery LP.

Zaměřili jsme se na rodiny s dětmi, fanoušky letectví a cestování a zaměstnance letiště.

Strategie:

Uspořádali jsme sérii víkendových akcí nazvanou Runway Park. Kladli jsme důraz na pohled za oponu fungování letiště a seznámení návštěvníků s prací vybraných složek letiště. Téma každého víkendu bylo odlišné. To nám umožnila spolupráce se širokou škálou partnerů z komerční i nekomerční sféry. Různorodost programu přilákala širší spektrum návštěvníků a byla i důvodem k opakované návštěvě Runway Parku. Do organizace jsme zapojili téměř 500 zaměstnanců.

Nástroje a aktivity

Stavebním kamenem Runway Parku byly expozice letecké a letištní techniky a program tvořený složkami LP. Zaměstnanci byli k dispozici při komentovaných prohlídkách techniky či při zábavním programu, do kterého pravidelně patřila vystoupení psovodů a sokolníků, hasičů nebo bezpečnostních složek. Návštěvníci se seznámili, jak pracujeme s drony či jak měříme hluk letadel. Témata víkendů byla např. ve znamení bezpečnosti, zdravotnictví či cestování.

Vytvořili jsme microsite www.runwaypark.cz, komunikovali na sociálních sítích a vytvořili video z akce pro další propagaci. Pro média jsme připravili 10 tiskových zpráv o tématech a programech daných dní. Domluvili jsme exkluzivní spolupráce (ČT Toulavá kamera, Blesk, Mladá fronta atd.) a několik živých televizních vstupů. Soustředili jsme se na lifestyle, regionální i celostátní média.

Pro propagaci jsme využili i interní komunikační nástroje. Zaměstnanci mohli vyhrát vstupenky do Runway Parku pro celou svou rodinu. Navázali jsme spolupráci s partnery a využili jejich kanálů pro propagaci akce.

S pražským dopravním podnikem jsme dohodli dočasné zřízení zastávky Runway Park.

Výsledky:

Během osmi víkendů Runway Park navštívilo téměř 17 000 návštěvníků z celé České republiky. Díky kompletní organizaci in-house a zapojení téměř 500 zaměstnanců se podařilo snížit počet částečných nezaměstnaností. V médiích bylo publikováno 159 výstupů na téma Runway Park s 29,5milionovým kumulovaným dosahem. Prostřednictvím našich sociálních sítí kampaň zasáhla více než 2,9 milionů uživatelů. Efektivně jsme využili kanály našich partnerů a ještě tak zvýšili povědomí o celé akci.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=K8DXIcisMUG>