
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

3D TISK BETONEM: SKOK Z EXPERIMENTU DO REALITY

Projekt byl navržen a proveden pro:

Stavební spořitelna České spořitelny, a. s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

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: Tomáš Fiala

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

Jak prohloubit vnímání Buřinky jako inovativní firmy? Posílili jsme spojení s převratnou technologií 3D tisku betonem a tu přiblížili lidem. Aby si na ni mohli sáhnout, vytiskli jsme parkourové hřiště pro veřejnost, uspořádali 2 výstavy o 3D tisku a připravili dokument Prvok na MFF Ekofilm. Vše za přítomnosti médií. Buřinka o projektech informovala na webu, FB a IG Inovace od Buřinky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Využít potenciál získaný projektem Prvok a posílit vnímání Stavební spořitelny České spořitelny jako inovativní firmy. Odlišit se komunikací od ostatních stavebních spořitelen.

Cílové skupiny:

Široká veřejnost
Odborná veřejnost
Média
Zaměstnanci SSČS

Strategie:

Chtěli jsme posílit spojení Buřinky jako akcelérátora 3D tisku ve stavebnictví, aby se vytištěné objekty dostaly blíž k lidem. Cílem ext. komunikace není jen psát texty, ale tvořit výstupy prospěšné veřejnosti.

Projekt 3D tištěného parkourového hřiště podpořil propojení výzkumníků s praxí. Díky recyklovanému betonu posunul technologii k udržitelnosti a dostupnosti pro veřejnost. Využili jsme potenciál získaný Prvokem a opět jsme umožnili lidem si na 3D tisk betonem sáhnout.

Zvyšujeme povědomí veřejnosti o této technologii na mnoha úrovních. Neomezili jsme se na komunikaci témat přímo spojených s bydlením. Chtěli jsme ukázat širší pojetí domova spojené s aktivním trávením volného času. Moderní a oblíbený parkour jsme si vybrali, abychom podpořili vnímání Buřinky jako inovativní společnosti. Zároveň jsme cílili na teenagery, abychom je dostali ven.

Nástroje a aktivity

Jak chcete představit něco, co teprve vzniká? Pokud jsme chtěli zaujmout jen oznámením záměru a ukázat zajímavost architektonického návrhu, potřebovali jsme vizualizaci. Ta pomohla s medializací v počátku. Spojili jsme se s osobnostmi parkouru T. Zonygou a D. Samkem.

Ve 2. fázi se osvědčila spolupráce při pořádání TK s VUT v Brně, kam jsme zvali novináře na ukázkou 3D tisku betonem. Není nad to, když se zkušební tisk sesune přímo v hale plné kamer.

Při slavnostním otevření obletěly média záběry hřiště plného nadšených dětí a akrobatické kousky parkouristů z In Motion Academy: Odhalení 3D tištěného parkourového hřiště (YT)

Při zahájení MFF Ekofilm byla 10minutová reportáž na ČT24 natáčena před naší výstavou o 3D tisku ve stavebnictví.

Informace jsme vkládali na web, s fanoušky na soc. sítích jsme pracovali na FB a IG.

Aktivity:

3 TZ, rozhovory s odborníky
TK v Brně
Otevření hřiště pro veřejnost pod záštitou primátora a starosty Prahy 11
8dílňý parkurový tutoriál na TV Óčko
Výstava v centrále Buřinky a pobočkách ČS
Výstava v centru Brna (2 týdny)
2x promítání na MFF Ekofilm + beseda s tvůrci
Promítání pro novináře a zaměstnance

Výsledky:

180 mediálních výstupů (přes 78 výstupů v zahraničních médiích) bez fin. podpory

Tištěný náklad: 1 381 006

Sledovanost TV a poslechovost rádií: 1 293 432

Sledovanost série parkurových tutoriálů, které vznikly ve spolupráci v TV Óčko: 2 140 000

Zásah online médií (RU/měsíc): 41 674 624

Weblinky:

<https://www.inovaceodburinky.cz/>, <https://www.instagram.com/inovaceodburinky/>, <https://www.facebook.com/inovaceodburinky/>