

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Unikátní platforma pro digitalizaci školství

Projekt byl navržen a proveden pro:

Microsoft s.r.o.

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Konektor

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.5 Firemní publikace - webové stránky

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: Jan Čadil

Firma/organizace: Konektor

**Stručné shrnutí projektu:**

Pro Microsoft jsme pomohli vytvořit projekt Digitální univerzity, jehož výsledkem je interaktivní platforma pod záštitou MŠMT, která ukazuje, jakými cestami se může ubírat digitalizace českého a slovenského vysokého školství. Součástí jsou i případové studie natočené s univerzitami, které diváky provedou technickými inovacemi, které v rámci digitální transformace mění podobu školství. Návš

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Naším cílem bylo vytvořit dlouhodobou strategii pro komunikaci digitální transformace vysokých škol a s tím souvisejícího positioningu Microsoftu v oblasti vzdělávání.

Cílové skupiny tvoří zástupci vysokých škol v ČR a SR a širší odborná veřejnost (pracovníci v oblasti školství, státní správa, politici, odborníci).

**Strategie:**

Strategií bylo shromáždit na jednom místě (web) všechna prezentovaná řešení v co nejjednodušší a nejpřehlednější formě a komunikovat jejich výhody a reálné dopady prostřednictvím zkušeností samotných univerzit. Zástupci univerzit, kteří se o digitální transformaci zajímají, si tak mohou vybrat na míru přesně ta konkrétní řešení Microsoftu a jejich partnerů, která jsou pro ně v danou chvíli relevantní, a nemusí přitom složitě procházet jednotlivé webové stránky dodavatelů, což jim ušetří čas i peníze.

**Nástroje a aktivity**

Základem bylo vytvoření centrálního nosiče informací (webové stránky), který slouží jako prezentace dostupných digitálních řešení podle jednotlivých scénářů – řešení pro studium a výuku, vědu a výzkum a administrativu univerzity. Využíváme zde moderní 360° záběry vybraných lokalit (univerzity, Microsoft) a herců reprezentujících studenty, vyučující, výzkumníky a administrativní pracovníky.

Ve druhém kroku vznikla série video case studies, prezentujících použití konkrétních řešení na vybraných CZ a SK univerzitách, která doplnila obsah webu. Cílem je ukázat, jak řešení fungují v reálných podmínkách univerzit a předvést autentickou zkušenost jejich zástupců s implementací.

Následovala externí i interní komunikace projektu prostřednictvím sociální sítě LinkedIn a mailingu.

Dalším krokem by měla být placená kampaň využívající LinkedIn, bannerovou reklamu, preroll na YouTube, PPC ve vyhledávači, apod.

**Výsledky:**

Od 9. listopadu 2021, kdy byla na web nasazena analytika, jsme do 30. března 2022 na české i slovenské mutaci webu zaznamenali 3 092 návštěv, z toho 2 200 unikátních návštěvníků. Web je přitom cílen na velmi úzkou skupinu univerzitních představitelů a profesionální komunity v oblasti univerzitního vzdělávání. Navíc zatím nebyla spuštěna žádná placená kampaň, která by na web přilákala další návštěvníky, takže všechny zaznamenané návštěvy jsou organického původu. Průměrná délka návštěvy mezi oběma weby je pak 533 vteřin (cca 8,8 min.).

**Weblinky:**

<https://www.digitalni-univerzita.cz/#/>,

<https://onedrive.live.com/?authkey=%21A14ze8R01iycBiY&id=FED7AC9520AD4F18%212770&cid=FED7AC9520AD4F18>