

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

DPD jste vy

Projekt byl navržen a proveden pro:  
původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Realness

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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: Kristýna Vávrová

Firma/organizace: Realness s. r. o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Interaktivní video o osudu DPD kurýra Kouduho povyšuje nudné školení kurýrů na teambuildingový zážitek. Cílem projektu bylo zlepšit zákaznickou zkušenost.

Video pomohlo za jediný kvartál zvýšit spokojenost zákazníků s DPD kurýry o 3 % na rekordních 92,4 %. Bylo přeloženo do 5 jazyků a slouží jako edukační platforma v celém CEE regionu.

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

**ZADÁNÍ:** Vytvořit video, které seznámí kurýry s nejčastějšími problémy způsobenými jejich chováním. Vysvětlit, že spokojený zákazník je zdroj jisté, dobře placené práce, zdůraznit klíčovou roli kurýra pro výslednou CX, eliminovat problematické chování kurýrů a tím zlepšit CX

**CÍLOVÁ SKUPINA:** Muži 20-55 let, max. středoškolské vzdělání (Průměrný kulturní rozhled, vyznavači "chlapácké zábavy"). Ženy max. 5 % publika, zvyklé pohybovat se v mužském kolektivu.

Zásah byl z povahy plošného školení 100 % v regionech, kde bylo video prezentováno.

**Strategie:**

**STRATEGIE:** Využít data zákaznických průzkumů, narativizovat sdělení příběhem o kurýru Koudym, umožnit divákům aktivně ovlivnit děj, postavit diváky před vážná rozhodnutí i ta, ve kterých to mohou Koudymu škodolibě zavařit, použít humor a jazyk blízký kurýrům, zvýšit imerzi POV videem, místo pouček navodit pocit ztotožnění a porozumění zákazníkům

**Nástroje a aktivity:**

POV umožňuje rychlé ztotožnění publika s hlavním hrdinou. Zážitek posiluje i realistické ztvárnění scén. Např. při čekání na zákazníka se doba nic neděje. Tato "nuda při čekání" má pak vliv také na následné rozhodnutí diváků.

Důležitým prvkem je i střídání pohledů mezi kurýrem (POV) a zákazníky. Ty zabíráme vždy z pohledu třetí osoby. Doplnují příběh (např. flashback nebo děj v nepřítomnosti kurýra) a ukazují interakci mezi zákazníkem a kurýrem. Diváci tím tak získávají náhled nad situací.

POV snižuje produkční náročnost, náklady a umožňuje dodatečné změny či přidání scén.

Zpracování ve formě HTML souboru usnadňuje vytváření dalších jazykových mutací.

**Výsledky:**

**VÝSTUPY VČETNĚ VIDEA PROSÍME NEZVEŘEJŇOVAT BEZ PŘEDCHOZÍ DOMLUVY.** Všechny výsledky viz příloha.

Budget: 250000 Kč\* (bez jazykových lokalizací): Z toho: Zákaznický průzkum: 25000 Kč\*, Koncept, scénář, storyboard, copy: 75000 Kč\*, Kódování HTML interaktivity: 25000 Kč\*, Produkce, grafika, herci: 125000 Kč\* (\* bez DPH)

Měření: Přijetí publikem (viz příloha), Měsíční měření zákaznické spokojenosti (cca 30000 respondentů/měs) 9/2022-1/2023: Nárůst z 89,5 % na cca 92,4 %

Hodnota NPS při doručení na adresu dosáhla v lednu 2023 rekordních 83,8 %. Po úspěchu videa v CZ bylo video lokalizováno do dalších jazykových mutací: ENG, SVK, HU, SLO, HR. Nyní slouží jako výukový materiál v celém CEE regionu. Celkový počet proškolených kurýrů: 3300 (z toho 1400 v ČR).

**Weblinky:**

[https://drive.google.com/drive/folders/16sdU5bfVrEjapxi3xvrVmQAVUomHroLU?usp=share\\_link](https://drive.google.com/drive/folders/16sdU5bfVrEjapxi3xvrVmQAVUomHroLU?usp=share_link)