
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Praha jede

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Svengali Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie, I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - periodické, III.4 Digitální komunikace - sociální sítě

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: Marek Pražák

Firma/organizace: Svengali Communications

Stručné shrnutí projektu:

Projekt, který novátorským způsobem informuje o dění v hlavním městě – to je „Praha jede“. Stejnomený web (www.prahajede.cz) a facebook poutavou a přístupnou formou přibližují Pražanům, co se mění v pražské dopravě, jaké nové investice jim slouží a připravují se, a o co jim přinášejí. Příspěvky – zejména názorné animace a videa – oslovily přes 3 miliony lidí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo přiblížit rozvoj dopravy a udržitelných dopravních investic a aktivit co největšímu počtu Pražanů.

Strategie:

Dopravě, jejímu rozvoji a udržitelným aktivitám se věnuje v Praze mnoho projektů, většinou úzce zaměřených na specifické cílové skupiny. Město původně chtělo všechny platformy sjednotit a na jednom místě, na naše doporučení ale vznikl projekt zcela nový. Vytvořili jsme zcela nový web, + připojený facebook, s unikátním obsahem a „simulovali“ jsme internetový magazín. Projekt jsme nazvali „Praha jede“. Název odkazuje na dopravní tematiku, zároveň v něm obsažená dynamika evokuje pozitivní pokrok a posun vpřed. Praha jede díky populární formě příspěvků oslovuje širokou vrstvu obyvatel hlavního města.

Nástroje a aktivity:

Web www.prahajede.cz: magazín se 2 redaktory se zkušenostmi z předních médií - ti aktivně vyhledávali komunikační příležitosti napříč odbory města a přidruženými společnostmi (DPMP, TSK...), správce webu, animátor, externí videotým a externí fotograf.

Facebook s vlastním SOME managerem.

Řídící malý strategicko-kreativní tým, který vybíral, jak témata zpracovat. Tam, kde bylo možné názorně ukázat progres s efektem ve prospěch lidí, byla přetavena do animací a videoanimací. Ukázali jsme např. jak zkrátí nová lávka cestu mezi břehy Vltavy, kde vzniknou tramvajové trati, jaký přínos mají odstavná parkoviště, kde vzniknou cyklostezky atd. Dále jsme formou videí představili lidi, kteří změny ve prospěch Pražanů připravují nebo realizují - byli jsme v ražbě tunelů pro metro D, hovořili s architektem nových pražských mostů, plánovači nových tramvajových linek atp. Zbytek obsahu tvořily krátké zpravodajské texty a fotografie, jako v populárním médiu.

Důraz byl kladen na populární formu obsahu.

Výsledky:

Celkový rozpočet projektu pro realizační rok 2022 činil 1,6 milionu korun. Z toho hrazena dvoučlenná redakce, manažer zakázky, SOME manager, animátor, správce webu, externí videotým + fotograf. Propagace SOME: 350.000 Kč

Animace + videa engagement: 2 927 926 lidí

Animace + videa shlédnutí: 936 331 lidí

Web zobrazení textů: 477 123

Průměrná doba návštěvy/web: 1:42 min

Metriky: google analytics, FB report

Na sítích jsme měli velmi pozitivní ohlasy, i díky tomu, že jsme dokázali rychle odpovídat na dotazy. Interakce probíhala i na webu, zodpovězeno zde bylo před 450 dotazů.

Na web se odkazovala i klasická média, která z něj čerpala informace.

Weblinky:

<https://drive.google.com/drive/folders/1qUQbzGIR4DwNhZNOZVg3tbjREjKAK-PN>