
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ženy auta půjčují

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Brainz Narrative

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

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: Jakub Fajnor

Firma/organizace: Brainz Narrative

Stručné shrnutí projektu:

Ženy auta půjčují je dlouhodobý CSR projekt P2P carsharingové platformy HoppyGo. Jak naznačuje název iniciativy, zaměřuje se na ženský element ve světě automobilů i mobility obecně. Aktivně přispívá k vyvracení stereotypů o řidičkách a usnadňuje mobilitu (nejen) ženám v tíživé životní situaci.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

HoppyGo je platforma na půjčování aut, kde uživatelé půjčují auta napřímo jiným uživatelům. Zkušenosti z provozu platformy a průzkumy veřejného mínění (včetně průzkumu, který vznikl speciálně pro tuto kampaň) dlouhodobě ukazují, že ženy méně často automobily vlastní a také mají menší motivaci si auta půjčovat (i sdílet), protože v nich společnost buduje přesvědčení, že jsou horší řidičky a že automobily nepotřebují. Iniciativa také naráží na zakořeněný problém, který má dokonce své lidové rčení: "Auta a ženský se nepůjčují". Cílem je to změnit a motivovat ženy k bezstarostné účasti na silničním provozu a ke vzájemné pomoci v tíživé životní situaci.

Strategie:

Platformě se dlouhodobě daří budovat image služby pro automobilové nadšence, primárně muže. Výzvou tedy bylo kampaní vystoupit z bubliny a oslovit větší část ženské populace a pro automotive firmu netypická média a zároveň vyvolat zájem o sociální rozměr kampaně. Skutečně pomoci ženám v tíživé situaci umožnilo propojení s neziskovou organizací Znesnáze21. Kreativní idea agentury WMC Grey, kterou rozvedlo a realizovalo PR studio Brainz Narrative, pracuje s koncepty jako boření stereotypu, vzájemném pochopení a pomoci. A to se propsalo do každého jednotlivého prvku kampaně. Součástí strategie je zapojení ambasaderek.

Nástroje a aktivity:

Adekvátní mediální pozornost se podařilo získat díky uspořádání jednodenní konference s názvem Ženy a mobilita. Za účasti novinářů v létě 2022 diskutovali odborníci na téma od Romana Budského z iniciativy Vize 0 přes Báru Herreru Castro z projektu Moderní sebeobrana až po závodnici Olgu Roučkovou. Na oficiální spuštění projektu poté navázala kontinuální práce s tématem a zajištění viditelnosti iniciativy v médiích i ve veřejném prostoru. Vznikla také microsite www.zenyautapujcujici.cz, kde je přehledně vše důležité o projektu.

Výsledky:

Cíl vystoupit z bubliny služby pro automobilové nadšence se podařilo naplnit díky výstupům např. na serverech Deník.cz a Aktuálně.cz, ale také v jasněji zaměřených Blesk pro ženy, Business and Professional Women, Žena v autě, magazínech What a Innovation, portálu Slow Femme i mediálních serverech Mediaguru a Médiař. Speciální prostor dostala iniciativa díky strategickému partnerství s Heroine a iniciativou Akční ženy. Celkový mediální zásah je 36 výstupů s celkovým AVE 2,66 mil. Kč (konec února 2023), ale s tématem se pracuje dál. Ještě důležitějším měřítkem je to, že projekt reálně opakovaně pomohl 6 vybraným ženám z databáze Znesnáze21 a další přibývají. Celkově je nyní na platformě registrovaných celkem 7 500 žen (což je z celkového počtu uživatelů 19 %). Před startem projektu bylo registrovaných 6 700 žen, došlo tedy přibližně k 12% nárůstu počtu žen na platformě.