

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Muž, který povolil vše

Projekt byl navržen a proveden pro:  
původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Digital First Marketing Group s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

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: Aneta Šeráková

Firma/organizace: Gen Digital Inc.

**Stručné shrnutí projektu:**

Přes 50 % Čechů automaticky přijímá všechny cookies, aniž by tušili, jak vlastně fungují. Proto vznikl videoseriál „Muž, který povolil vše“, který ukazuje, jak by to vypadalo, kdyby cookies existovaly v reálném offline životě. Kampaň vygenerovala během měsíce 38 a po skončení dalších 8 mediálních výstupů zejména v lifestyleových titulech a kumulativně zasáhla přes 4,5 milionu uživatelů.

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

V roce 2022 se změnila legislativa o udělení souhlasu s cookies na webových stránkách. Místo zlepšení ochrany soukromí uživatelů ale lidé zaplavení cookie lištami na úpravu nastavení a ochranu svého soukromí rezignovali. Podle našeho průzkumu 81 % Čechů cookies vnímá jako obtěžující, 75 % z nich netuší, co přesně dělají. Přesto více než polovina uživatelů povoluje vše, jen aby se dostala na web co nejrychleji.

Rozhodli jsme se to změnit a zejména lidem, které technická témata příliš nezajímají, srozumitelně vysvětlit, jak cookies fungují a proč je důležité se jejich nastavením na webu zabývat. A že opravdu nemusí vždy automaticky „povolit vše“.

**Cíle:**

- Edukace CS o cookies a ochraně online soukromí
- Přimět CS přemýšlet nad svou volbou
- Vyvrátit mýty spojené s povolením či zamítnutím cookies

**CS:**

Průměrní uživatelé internetu, méně informovaní (ne technologičtí experti)  
30+ muži i ženy  
Nakupují online, sdílejí na sítích, bankují online atd.  
Mají děti, rodiny, starší rodiče, které chtějí chránit  
Nemají čas si zjišťovat, jak chránit své soukromí, chtějí jednoduché řešení

**Strategie:**

1. Získat pozornost CS na sociálních sítích a v médiích, která sledují (deníky, bulvár, lifestyle) -> forma seriálu se známým hercem Martinem Krausem
2. Ukázat s humorem a nadsázkou, proč je důležité věnovat nastavení cookies pozornost -> konkrétně ukázat, jak cookies ovlivňují naše životy

**Nástroje a aktivity:**

Kampaň kombinuje několik přístupů – miniseriál na YouTube se známým hercem, který využívá oblíbenosti žánru, průzkum mezi Čechy podpořený daty ze zahraničí, příspěvky na blogu o dalších aspektech cookies a expertní rozhovory v médiích. Avast jako první téma zprostředkoval široké veřejnosti a umožnil otevření debaty nejen o cookies, ale také o důležitosti ochrany vlastního soukromí na internetu, kterou mnozí uživatelé podceňují.

**Výsledky:**

Kampaň: 1.6. – 30.6. 2022

Celkový budget (produkce seriálů, agenturní práce): 665 000 Kč

Externí media budget: 0 Kč

Kumulativní zásah: 4 789 800 čtenářů

AVE: 2 719 080 Kč

- 18 výstupů v prémiových titulech (Novinky, Forbes.cz, ČTK, Deník + Denik.cz, Echo24.cz, TN.cz, Euro, Evropa 2)

- 3x rozhovor s experty Avastu (Denik.cz, ČRo Region Praha a Střední Čechy, Metro)

- 3x rozhovor s Martinem Krausem (Story, Můj svět, iDNES)

- 46 výstupů celkem

SoMe Media budget: 144 000 Kč

- 1 700 686 impresí

- 321 202 zhlédnutí (KPI na 160,6 %)

- 56 058 zhlédlo 100 %

- 63 000 interakcí na SoMe

- 6 208 prokliků na blog Avastu (KPI na 155,2 %)

- průměrná doba strávená čtením hlavního blogu: 5:23

Úspěšný zásah cílové skupiny dokazují i pozitivní reakce na sociálních sítích na téma cookies i na zpracování seriálu.

**Weblinky:**

[https://drive.google.com/drive/folders/1c5r-d3uOH7nJmH61I7WX\\_xsEPH9CvTE?usp=sharing](https://drive.google.com/drive/folders/1c5r-d3uOH7nJmH61I7WX_xsEPH9CvTE?usp=sharing)