

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Volač a Klikač okrádají Česko

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

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: Veronika Deckerová

Firma/organizace: Bison & Rose

#### Stručné shrnutí projektu:

Představili jsme Volače a Klikáče – podvodníky, kteří okrádají Česko. Přiblížili jsme, jak tito kyberzločinci útočí na bankovní účty a ukázali jsme, že mají vždy tvář a jméno. Neosobní a těžko vyslovitelné pojmy phishing a vishing jsme nahradili srozumitelným varováním odborníků z ČSOB a Policie ČR, popsali nejčastější metody Volačů a Klikáčů a naučili lidi, jak si dát na svoje peníze pozor.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo zvýšit kybernetickou gramotnost co nejvíce lidí v Česku, varovat je a poučit, jak se podvodům bránit. Veřejnosti jsme představili osoby Volače a Klikáče, personifikovali jsme je a seznámili veřejnost se způsoby, kterými podvodníci luxují účty.

Cílová skupina kampaně byla velmi široká. Nebezpečí se totiž týká úplně všech, kdo mají účet v bance, proto jsme v kampani cílili skutečně na celé Česko. Klíčovou a podle statistik nejhroženější skupinu lidí ve věku 35-50 let jsme zasáhli díky silné přítomnosti v tradičních printových a online médiích, na širokou cílovou skupinu cílili i prostřednictvím platformy YouTube. Mladé a zástupce generace Z jsme oslovili prostřednictvím sociálních sítí TikTok a Instagram, ale také v rámci vysílání Evropy 2.

#### Strategie:

Dosud se o kyberbezpečnosti mluvilo pouze v neosobních varováních a anglicismech, kterým málokdo rozuměl. Do veřejného prostoru jsme zavedli česká a zapamatovatelná jména pro kyberpodvodníky a přiblížili jsme tak veřejnosti způsoby, kterými okrádají lidi. Propojili jsme nativní i partnerskou publicitu a sociální sítě tak, abychom s tématem kybernetické bezpečnosti oslovili skutečně celé Česko. Ve spolupráci s youtuberem Jankem Rubešem jsme vytvořili investigativní video, ve kterém jsme vypátrali konkrétního Volače/Klíkače a lidskou formou jeho podvody představili divákům na sociálních sítích YouTube, Instagram a TikTok.

#### Nástroje a aktivity:

V komunikaci jsme se zaměřili nejenom na tradiční nástroje PR, díky kterým o Volači a Klikáči informovala nejsledovanější česká média, ale využili jsme i vysílání na Evropě 2 a Frekvenci 1 a díky spolupráci s Kluky z Prahy se téma přirozeně přeneslo do prostředí sociálních sítí. Kreativní koncept Volače a Klikáče vznikl v agentuře Darwin and the Machines, se kterými jsme při jejich uvádění do veřejného prostoru spolu s našim klientem ČSOB i Policií ČR úzce spolupracovali.

#### Výsledky:

Celkem jsme v období listopadu a prosince pro klienta zajistili 90 výstupů v médiích. Díky tradičním metodám PR (tisková konference spolu s Policií ČR, tisková zpráva, media relations, spolupráce s médii) se nám podařilo oslovit miliony čtenářů/posluchačů/diváků: naši speakeři byli ve 4 celostátních televizích (ČT, Nova, CNN Prima NEWS a Óčko) a v pěti rádiích (Radiožurnál, ČRo Plus, ČRo Dvojka, Frekvence 1 a Evropa 2). V rádiích Evropa 2 a Frekvence 1 se nám podařilo zasáhnout 4,4 milionu lidí. Video, které vzniklo ve spolupráci s Kluky z Prahy dosáhlo jen na jejich platformách YouTube, Instagram a TikTok více než 1,2 milionu shlédnutí.