
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Kdo je Dana? Datová schránka

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Media Age s. r. o. / Martin Mikyska

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika, neziskový sektor

Komunikační nástroje:

III.4 Digitální komunikace – sociální sítě, III.5 Digitální

komunikace - spolupráce s influencery

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 Mikšovský

Firma/organizace: Media Age s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Přestože mohou Češi vyřešit komunikaci s úřady elektronicky díky Datové schránce (DS), mnoho z nich stále chodí na úřady osobně. Do toho letos v lednu začal stát zřizovat všem živnostníkům a nepodnikajícím právnickým osobám Datové schránky automaticky. Jak o tom dát vědět mladým lidem, na které nedosáhne klasická ATL kampaň? A jak motivovat k založení DS ty, kteří ji ještě používat nemusí? Ve spolupráci s influencery jsme připravili kampaň, která zahýbala internetem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zvýšit povědomí o automatickém zakládání DS (živnostníci, nepodnikající právnické osoby). Zvýšit počet lidí, kteří si DS založí dobrovolně (fyzické osoby).
CS: všichni 18-25 let.

Strategie:

Starší segmenty CS dlouhodobě oslovovala masivní kampaň v televizi, rádiu, printu a digitálu. Pro získání zájmu nejmladší generace jsme však zvolili influencerskou spolupráci. Namísto tříštění rozpočtu mezi velké množství influencerů jsme se rozhodli soustředit na jeden projekt, který by měl potenciál skutečně masivního zásahu a zároveň pozitivního přijetí.

Nástroje a aktivity:

V rámci projektu jsme oslovili Martina Mikysku, alias Mikýře, a jeho tým. Ten navrhl využít pro propagaci DS internetový fenomén „Kdo je Dana?“, který skrz tři tiktoková videa získal miliony zhlédnutí a rozvířil smršť konspiračních teorií mezi influencery i běžnými uživateli sociálních sítí.

Tak vznikl nový díl Mikýřovy úžasné pouti internetem, který na otázku „Kdo je Dana“ poskytl šokující odpověď. Lord Mikynsky v něm v ikonické masce klauna oznámil, že není důležité kdo je Dana, ale co je Dana – Datová schránka. A že veřejná správa jejím prostřednictvím vstupuje do jednadvacátého století.

Následovala vlna komentářů, sdílení a reakčních videí dalších zainteresovaných influencerů. Mikýřovo oznámení si totiž chytře hrálo s pravidly konspirace a nechalo sledující váhat, zda jde o skutečné rozuzlení projektu „Kdo je Dana?“ nebo jen o chytré využití jeho mediálního potenciálu.

Výsledky:

Bez koruny investic do placené propagace oslovilo Mikýřovo vysvětlující video na YouTube doslova přes noc více než 200 tisíc uživatelů. Ke 14. dubnu pak nasbíralo přes 404 tisíc zhlédnutí při více než 1,4 milionu zobrazení. Přibližně polovina zasaženého publika přitom patří do věkové kategorie mezi 18 a 25 lety. Další třetina měla do 35 let.

YouTube však dosah kampaně nekončil. Dalších 160 tisíc lidí oslovily reels na síti Instagram. Přes 100 tisíc zhlédnutí a 6 tisíc lajků získalo video na TikToku. Kampaň se navíc dál šířila virálně, jak na vlnu Mikýřova odhalení naskakovali další influenceři. Jen jedno z navazujících videí navazujících videí na YouTube profilu Sibiřan tak nasbíralo přes 100 tisíc dalších zhlédnutí. A podobných výstupů byly desítky.

Třešničkou na dortu pak byla doprovodná medializace na portálech jako irozhlas.cz, iprima.cz, mediaguru.cz, refresher.cz a dalších. A počet dobrovolně zřízených DS? Ten v únoru meziročně vrostl o 107 %.

Weblinky:

<https://www.youtube.com/watch?v=GmjQ8neX3cs>