

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Strive Czechia

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

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:**

Co má společného croissanterie, luxusní krejčí a pražská káva? To se nám povedlo ukázat celému Česku. Na první pohled těžko uchopitelnému tématu jsme dali lidskou tvář i příběh a úspěšně jsme pro Mastercard odstartovali program Strive Czechia, který s inovacemi pomůže statisícům drobných a mikro podnikatelů. Zaujali jsme nejenom drtivou většinu médií, ale program jsme představili i na velkolepém launch eventu.

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

Cílem kampaně bylo dostat k co největšímu počtu drobných a mikro podnikatelů informaci o existenci a přínosech projektu Strive, který má v průběhu 3 let ambici pomoci 250 tisícům z nich. Projekt je zaměřen na mikro a malé podnikatele, kteří nejsou zásadně nijak prostorově, věkově ani vzdělanostně odlišní od zbytku populace, proto jsme tomu přizpůsobili i cílení mediální kampaně a výběr nástrojů komunikace. Cílovou skupinu jsme oslovovali přes různá média s nejširším možným zásahem, abychom potenciálních příjemců pomoci z projektu Strive oslovili maximum. Event, na kterém jsme měli na starosti jeho obsahovou stránku, zase oslovil přímo zástupce bankovního sektoru, veřejné správy a neziskových organizací a novinářů.

**Strategie:**

O tématu překážek v podnikání pro malé a mikro podnikatele se doposud mluvilo často pouze teoreticky a v malé míře. My jsme této neuchopitelné problematice dali lidské tváře reálných podnikatelů, kteří si obtížemi spojenými s digitalizací svého byznysu ve skutečnosti procházejí. Kromě osobní účasti a prezentace na launch eventu jsme je požádali o spolupráci a jejich autentickými příběhy jsme zaujali média - s nimi mluvili přímo o svém podnikání i bariérách, kterým čelí.

**Nástroje a aktivity:**

Obsahově stála kampaň Strive Czechia na třech hlavních pilířích, přičemž nejdůležitější byly postavy 4 podnikatelů - Strive ambassadorů, jejichž příběhy jsme napsali a propisovali na všech komunikačních platformách: v člancích, videích i v rámci fyzické prezentace na launch eventu. Využili jsme také nástroj unikátního průzkumu Barometer Strive Czechia mezi malými a mikro podnikateli, který zkoumal úroveň digitalizace byznysu, jejich obavy a přání. Samostatnou kapitolou byla obsahová příprava launch eventu za účasti evropského šéfa společnosti Mastercard. Na video obsahu spolupracovala agentura McCann a na produkci eventu Advanced Production.

**Výsledky:**

Kvantitativní pohled: počet mediálních výstupů k projektu Strive Czechia přesáhl 100 a zahrnuje klíčová a tier 1 média jako Českou televizi, iDnes, Forbes, Hospodářské noviny nebo Seznam zprávy. Kumulativní zásah všech potenciálních čtenářů, posluchačů nebo diváků převýšil 63 milionů. K měření jsme využili data z analytického nástroje Newton.

Kvalitativní pohled: podařilo se nám dostat na jedno místo víc než 100 zástupců podnikatelského sektoru, bankovních domů, veřejné správy i neziskových organizací, propojit a nadchnout je, aby se stali dalšími partnery projektu Strive Czechia.