PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

To nevymažeš!

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ESET a Policie ČR

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: Ondřej Šafář

Firma/organizace: ESET

Stručné shrnutí projektu:

Dosah více než 13 milionů lidí za 3 500 Kč? Komunikační kampaň „To nevymažeš“ zaměřená na osvětu v oblasti konsensuálního sextingu mezi dětmi (i dospělými) vytvořená společností ESET ve spolupráci s Policií ČR dosáhla mimořádných výsledků s minimálními náklady.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Safer Kids Online je globální iniciativa společnosti ESET. Pro její spuštění v ČR jsme hledali téma, kterým bychom zahájili naši komunikaci směrem k primárním cílovým skupinám: mladiství a rodiče.
Ambicí byl dosáhnout co největšího zásahu veřejnosti pomocí tradičních médií, ale oslovit přímo i mladistvé skrze panely na školách a přednášky preventistů. za pomoci tradičních a digitálních médií na širokou veřejnost i oslovit přímo děti skrze panely ve školách a přednášky preventistů.

Strategie:

Sexting je běžnou aktivitou nejen dospělých, ale stále i mladších dětí, pro které představuje vyšší riziko v případě, že je důvěra porušena. Komunikační kampaň „To nevymažeš“ se zaměřuje na edukaci bezpečných pravidel této aktivity a osvětu v případě zneužití sdíleného obsahu.
Základem pro komunikaci byl průzkum, kde jsme si na vzorku 500 mladistvých a 500 dospělých ověřili realitu, se kterou jsme dále pracovali v komunikaci. Ta byla záměrně přímá, neutrální a věcná a stála kromě výsledků průzkumu na zjištění a příspěvcích odborníků. Těmi byli především policejní preventisté, kyberbezpečnostní experti, pedagogové a dětská psycholožka.
Základní doporučení jsme formulovali co nejjednodušeji a publikovali jej na microsite, která byla primárním touchpointem. Grafika v kampani je odlehčená a přístupná. Nestraší ani nezlehčuje. Název „To nevymažeš“ upozorňuje na fakt, že cokoliv umístíme na internet, začne si žít svým životem.

Nástroje a aktivity:

Komunikace byla vedena tradičními PR nástroji. Zahájena byla tiskovou konferencí za účasti zástupců ESET a Policie ČR, kde byla představena celá problematika, výsledky průzkumu i aktuální statistiky Policie ČR.
Za pomoci media relations probíhala posléze komunikace napříč všemi mediatypy po dobu několika týdnů. Podpořena byla komunikací na sociálních sítích a digitální kampaní. Paralelně probíhala komunikace zaměřená přímo na děti, a to skrze přednášky policejních preventistů a komunikaci na digitálních informačních panelech ve školách.
Projekt byl maximálně efektivní. Přímé náklady na projekt dosáhly pouhých 3 500 Kč (občerstvení na tiskové konferenci). Průzkum realizoval Median (barter, hodnota 95 000 Kč). Informační panely Ámos Vision (dlouhodobá spolupráce, hodnota 14 000 Kč). Seznam Native (barter, hodnota 50 000 Kč). Grafika, web, produkce – vše interní tým. Orientační celková hodnota plnění: 162 500 Kč.

Výsledky:

Celkem bylo publikováno 69 relevantních mediálních výstupů (srpen – září 2022) s dosahem 13 milionů (zdroj Monitora.cz), edukativní spoty běžely na 330 ZŠ a SŠ skrze informační panely Ámos Vision s dosahem 176 455 studentů (září – prosinec 2022), nástroj Seznam Native (srpen – září 2022) se čteností 60 481 a preventisté Policie ČR přednášeli celkem 20 000 studentům (září – prosinec 2022).

Weblinky:

https://www.tonevymazes.cz/, https://www.youtube.com/watch?v=W70UQ7urTLE&ab_channel=ESET%C4%8Cesk%C3%A1republika, https://www.youtube.com/watch?v=fYhTME6m9fM&ab_channel=%C3%81MOSvision