
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zelená výzva 2023

Klient:

Československá obchodní banka, a. s.

Agentura / Přihlašovatel:

Československá obchodní banka, a. s.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Monika Hořínková

Firma/organizace: ČSOB

Stručné shrnutí projektu:

Spojili jsme celý český bankovní trh v pozitivní výzvě: vysednout z auta a využít k cestování do práce ekologické způsoby dopravy – za ušetřený CO2 jsme navíc doopravdy vysadili nové stromy. Motorem výzvy byla soutěživost. Do Zelené výzvy 2023 se zapojilo 12 finančních institucí s více než 4 300 zaměstnanci, kteří celkem ekologickými způsoby nachodili a najezdili přes 2 000 000 kilometrů!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem Zelené výzvy 2023 bylo připomenout lidem, že není nezbytné cestovat každý den do práce autem a existují i mnohem ekologičtější způsoby dopravy. Primární cílovou skupinu tvořili zaměstnanci finančních institucí v Česku. Do Zelené výzvy 2023 se zapojili pracovníci 12 bank a dalších společností, které dohromady pokrývají asi 80 % bankovního trhu v Česku. Aktivně se Zelené výzvy 2023 zúčastnilo 4 300 z nich, kteří se navzájem motivovali k tomu, aby volili zdravější a ekologičtější způsob dopravy a přemýšleli o tom, jak se chovat šetrněji k životnímu prostředí.

Strategie:

Při přípravě Zelené výzvy jsme stavěli na zkušenosti, že ke změně přístupu k životnímu prostředí nestačí jen velké řeči, ale jsou potřeba drobné změny každodenního chování každého z nás. Zelenou výzvu 2023 vyhlásily ČSOB a Mastercard a následně se do ní zapojilo i dalších deset institucí. Všichni různými vlastními komunikačními prostředky předávali informace o projektu dále svým zaměstnancům a podporovali je v udržitelném chování. Díky know-how platformy Priceless Planet Coalition, jejímž zakladatelem je Mastercard, jsme spočítali ekvivalenty ušetřeného CO2 za různé způsoby ekologické dopravy v porovnání s cestováním autem a předem jsme stanovili, že za každých 20 kg ušetřeného CO2 vysadíme jeden strom. Klíčovým nástrojem pro zapojení všech účastníků výzvy byla aplikace, kterou jsme pro tento účel vyvinuli a do které zaměstnanci zapojených společností zapisovali svoje „zelené kilometry“.

Nástroje a aktivity:

Do komunikace jsme zapojili klíčové představitele ČSOB a Mastercard, kteří vyzvali své kolegy i celý bankovní trh, aby vystoupili z komfortní zóny, sundali saka a namísto nich oblékli sportovní oblečení. Zároveň jsme jako průvodce celou Zelenou výzvou 2023 zvolili moderátora Jana Smetanu, který do kampaňových videí vnesl atmosféru sportovního utkání. Po dobu konání výzvy jsme k účastníkům, a tedy svým zaměstnancům, komunikovali mimo jiné pomocí zaměstnanecké aplikace ČSOB, intranetu, využívali jsme roll-upy a LCD obrazovky v budovách. Průběžně jsme přinášeli informace o pořadí, motivovali účastníky k dalšímu sbírání kilometrů a vymysleli soutěže, které podpořily jejich motivaci a zapojení.

Výsledky:

K měření dosažených cílů nám pomohla speciálně vytvořená aplikace, do které všichni účastníci zapisovali své zelené kilometry. Díky tomu jsme získali jasná a přesná data o dosažených výsledcích v jednotlivých zapojených organizacích. Mezi největší highlighty kampaně patří: 12 zapojených finančních institucí, 4 300 zapojených zaměstnanců, 2 092 670 zapsaných zelených kilometrů, 252 848 kilogramů ušetřeného CO2 a 50 000 vysazených stromů.

Weblinky:

<https://www.zelenavyzva23.cz/login>