
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Online komunikace NFŠA probouzí regiony

Klient:

Národní fond Škoda Auto

Agentura / Přihlašovatel:

Ewing s. r. o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost

**Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění**

Kontaktní osoba:

Jméno: Ondřej Nečas

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Starost o své okolí je součástí DNA Škody Auto už od samého počátku. Její otcové zakladatelé Václav Laurin a Václav Klement totiž prosluli podporou mladoboleslavského regionu i jeho obyvatel. Na tento odkaz dnes automobilka navazuje prostřednictvím Nadačního fondu Škoda Auto (NFŠA). Ten z mateřského Mladoboleslava postupně rozšířil své aktivity i do Vrchlabska a Rychnovska a dnes patří mezi klíčové podporovatele rozvoje svých zájmových regionů.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem komunikace NFŠA je posílit propojení obyvatel a partnerů s fondem i jejich domovským regionem. Inspirovat, motivovat a pomáhat. NFŠA nechce být pouze dárce, který posílá peníze a stírhá pásky, ale plnohodnotným regionálním spoluhráčem.

Strategie:

Různorodost 3 regionů, kde NFŠA působí, a charakter aktivit fondu vyžadují silný lokální vhled do relevantních témat, jazyka i porozumění místním problémům. Strategicky jsme se tedy zaměřili na komunikaci prostřednictvím dedikovaných regionálních platforem s unikátním obsahem pro každé zájmové území, přičemž NFŠA zmiňujeme pouze tam, kde je součástí úspěšných regionálních příběhů. Primárně se pak věnujeme podpoře regionálních partnerů, od strategických po aktivní jednotlivce.

Nástroje a aktivity:

Pro komunikaci v regionech jsme vytvořili půdorys malého „mediálního domu“ s centrálním online magazínem Nové regiony v regionálních mutacích Nové Boleslavsko, Nové Vrchlabsko a Nové Rychnovsko. Magazín se soustředí zejména na nadčasové lokální příběhy, osobnosti, na historii a místa či komplexněji pojatá současná témata. Navázané účty na FB a v případě Mladoboleslava i IG poskytují prostor pro sdílení obsahu magazínu, ale také aktualit, fotoreportáží, reels a stories ze života regionu i lokálních partnerů.

Výsledky:

Magazín Nové regiony se během osmi měsíců existence etabloval jako plnohodnotné regionální médium – navštívilo jej přes 65 000 čtenářů, přičemž 44 % z nich přišlo organicky bez placené podpory. Stránky Nové Boleslavsko, Nové Vrchlabsko a Nové Rychnovsko sleduje na sociálních sítích téměř 17 000 uživatelů, což je číslo srovnatelné například s tamními edicemi nejsilnějšího regionálního hráče – Deníku. Měsíčně oslovujeme v průměru přes 200 000 unikátních uživatelů z regionů, tedy prakticky celou zdejší dospělou populaci s účtem na sociálních sítích.

To vše s mediálním rozpočtem v řádu nižších desítek tisíc korun, jež jdou ve významné většině na podporu příspěvků o aktivitách regionálních partnerů z řad neziskových organizací a municipalit.

Ale čísla stranou. Hrdí jsme především na to, že naše komunikace pomáhá v lidech probouzet zájem o jejich okolí, ať už jde o přihlášení ekologického projektu do grantové výzvy, zaslání příspěvku na podporu člověka s těžkým životním příběhem, či zapojení do diskuze o místním streetartovém festivalu. Komunikační podporu významně oceňují také naši regionální partneři všech velikostí, ať už jim pomáháme s výstavbou nového mostu, nebo jen s doplněním medailonku jejich dědečka. To jsou naše nejdůležitější výsledky a všem zúčastněným za ně srdečně děkujeme!