

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Mastercard má řešení

Klient:

Mastercard

Agentura / Přihlašovatel:

Bison & Rose

Spolupracující agentura / subjekt:

McCANN Prague

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business, I.9 Dlouhodobé budování pověsti či značky

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy, 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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Veronika Deckerová

Firma/organizace: Bison & Rose

### Stručné shrnutí projektu:

Často stačí jeden klik myši a v ohrožení může být celá firma. I tak se o kybernetické bezpečnosti firem příliš nemluví, což se nám podařilo změnit. Přinesli jsme unikátní data, ukázali konkrétní případy využití kybernetických nástrojů a téma dostali do předních médií v Česku i na Slovensku. Mastercard jsme tak profilovali jako globálního lídra v oblasti digitálních a B2B technologických řešení.

### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo vůbec poprvé v českém a slovenském prostředí představit společnost Mastercard nejen jako lídra v oblasti bezhotovostních plateb, ale také jako globální technologickou společnost, která nabízí špičkové kybernetické nástroje pro každou firmu. A právě na firmy, jejich vedení a technologické odborníky jsme se zaměřili v první řadě. Zároveň jsme ale zacílení kampaně rozšířili, protože jsou to často běžní zaměstnanci, kteří svým neopatrným kliknutím firmu ohroží, a cílili jsme tak i na širokou veřejnost. Cílovou skupinu jsme oslovovali přes přední ekonomická, technologická i obecná česká a slovenská média a vytvořili jsme i vlastní landing page.

### Strategie:

Vůbec poprvé v českém a slovenském mediálním prostředí jsme vystoupili z bubliny vnímání společnosti Mastercard pouze v kontextu platebních karet a představili společnost jako předního technologického odborníka s hlubokými znalostmi kyberbezpečnosti. Mastercard Cyber & Intelligence řešení jsme ukazovali na konkrétních příkladech z praxe a využívali data z exkluzivního průzkumu mezi českými a slovenskými IT experty. Jako hlas kampaně jsme profilovali produktovou ředitelku Mastercard Barboru Tyllovou prostřednictvím rozhovorů ve třech významných podcastech, televizní debatě a 7 tištěných rozhovorech.

### Nástroje a aktivity:

Obsahově stála kampaň na datech z unikátního průzkumu, který zkoumal úroveň kybernetické bezpečnosti českých a slovenských firem. Dále jsme představili příběhy využití konkrétních digitálních řešení Mastercard z praxe. V médiích jsme profilovali produktovou ředitelku Mastercard Barboru Tyllovou, která popisovala rizika a řešení kybernetické bezpečnosti v rozhovorech, podcastech a v televizní debatě. Na přípravě grafické části kampaně jsme v Česku i na Slovensku spolupracovali s agenturou McCann. Naší hlavní doménou bylo vytvoření strategie a plánu, jak dostat téma kybernetické bezpečnosti ke všem potenciálním zákazníkům a odborníkům v Česku i na Slovensku.

### Výsledky:

V období od června do listopadu jsme zajistili 75 výstupů v českých a slovenských médiích. Výčet zahrnuje i top média jako Hospodářské noviny, Ekonom, Seznam Zprávy, Aktuálně, Hospodárske noviny nebo Forbes. Díky tradičním PR metodám (TZ, media relations, spolupráce s médii) jsme oslovili miliony čtenářů, posluchačů a diváků. Naše odborná mluvčí byla ve 3 podcastových rozhovorech, v televizní debatě a v 7 rozhovorech tištěných titulů. V rámci placené spolupráce jsme připravili 4 speciální obsahové přebaly předních novin a časopisů. Kumulativní zásah všech potenciálních čtenářů, posluchačů nebo diváků dosáhl 61 milionů.

### Weblinky:

<https://www.mastercard.cz/cs-cz/firemni/digitalni-reseni.html>