
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Volač a Klikač pořád okrádají Česko

Klient:

Československá obchodní banka, a. s.

Agentura / Přihlašovatel:

Bison & Rose

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.7

Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

Komunikační nástroje:

III.4 Sociální sítě

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:

Pokračujeme v tažení proti Volačům a Klikáčům – podvodníkům, kteří okrádají Česko. Osvětovou kampaň jsme posunuli na novou úroveň, když se ČSOB s Policí ČR vydaly na společnou misi proškolit v boji proti kyberzločincům jeden milion lidí. Odborníci obou institucí vyrazili do regionů a vedle médií jsme zapojili nové i osvědčené ambasadory s hlavním cílem: naučit lidi, jak si dát na své peníze pozor.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem dlouhodobé kampaně ČSOB na podporu kyberbezpečnosti je zvyšovat digitální gramotnost co největšího počtu Čechů, varovat je a naučit, jak se novým podvodům ubránit. Cílovou skupinou je doslova celé Česko. Kybernetičtí zločinci totiž míří na úplně všechny bez rozdílu věku, pohlaví nebo místa bydliště.

Širokou cílovou skupinu jsme oslovovali čtyřmi hlavními cestami: e-learningem a roadshow po republice, publicitou v klíčových médiích (Česká televize, Radiožurnál, Seznam Zprávy, iDnes.cz...), skrze sociální sítě (Kluci z Prahy, Jirka vysvětluje věci) a přes reklamní plochy v online prostoru.

Strategie:

Navázali jsme na kick-off kampaně a představení Volače a Klikáče v předchozím roce a celospolečenský dopad našich aktivit jsme posunuli o úroveň výš: spolu s ČSOB a Policí ČR jsme představili misi proškolit v kyberbezpečnosti jeden milion lidí. Rozšířili jsme PR, influencerskou i marketingovou kampaň, aby se o kyberzločincích mluvilo opravdu všude. Nad rámec toho jsme mediálně podpořili i účast expertů ČSOB a Policie na preventivních a bezpečnostních akcích v regionech, z nichž největší byly Dny NATO v Ostravě.

Nástroje a aktivity:

Rozšířili jsme spolupráci s ambasadory a zapojili vedle Kluků z Prahy i kanál Jirka vysvětluje věci. Vymysleli jsme pro ně exkluzivní dedikovaný obsah, aby mohli zpracovat edukativní videa přirozeným způsobem.

Uspořádali jsme event pro média s generálním ředitelem ČSOB a policejním prezidentem, kterého se zúčastnilo 20 novinářů. Tam obě instituce ohlásily společnou misi proškolit 1 milion lidí v boji proti Volači a Klikáči.

S regionálními Deníky jsme mapovali roadshow našich odborníků po osvětových akcích napříč Českem a do kampaně zapojili i moderátory několika rádií. Expert ČSOB Petr Vosála se stal hlavní odbornou tvář kampaň a dokázal jednoduše vysvětlit základy kybernetické hygieny.

Výsledky:

O kyberzločincích Volači a Klikáči informovala top česká média včetně České televize, Radiožurnálu nebo nejčtenějších českých serverů, celkem jsme zaznamenali více než 110 mediálních výstupů.

Odborníci ČSOB a Policie ČR absolvovali roadshow po 5 veřejných akcích s celkovou návštěvností asi čtvrt milionu lidí, kterou jsme podrobně mapovali ve spolupráci s regionálními vydáními Deníku.

Videa našich ambasadorů na sociálních sítích dosáhla více než milionu shlédnutí. Ve vysílání Evropy 2, Frekvence 1 a Rádía Bonton se podařilo zasáhnout přes 900 tisíc posluchačů.

ČSOB pro kampaň využila online reklamních ploch, videí a reklamy na sociálních sítích s velmi nadprůměrnými CTR.

Weblinky:

<https://www.csob.cz/branteseroumem>