

---

## PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Zelená výzva 2024

Klient:

ČSOB

Agentura / Přihlašovatel:

ČSOB

Spolupracující agentura / subjekt:

Darwin

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

Komunikační nástroje:

III.6 Digitální komunikace

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Eva Kubíčková

Firma/organizace: ČSOB

**Stručné shrnutí projektu:**

V Zelené výzvě 2024 v režii ČSOB a Mastercard soutěžilo 19 finančních institucí a pojišťoven v udržitelném dojíždění. Zapojení zaměstnanci za 2 měsíce do aplikace zapsali přes 2,2 milionu „zelených km“, z toho ti z ČSOB 1,4 milionu. Nejvíce se tak ujelo vlakem, metrem a autobusem. A v návaznosti se ještě vysadí 20 tisíc stromů.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Cílem bylo zapojit co nejvíce zaměstnanců, kteří by do speciální aplikace zapsali co nejvíce zelených km (takové, které urazili při cestě do práce či z ní jinak než sami v autě se spalovacím motorem), a zároveň tak ušetřili i co nejvíce emisí CO2.

Aby se tak stalo, vyzvali jsme přes LinkedIn ještě víc firem (19 ve 2024 vs. 12 ve 2023), a víc se jich tak i zapojilo. Cílovou skupinou byli jejich zaměstnanci (celkem 37 tisíc), přičemž ambicí bylo oslovit je s tímto tématem a maximum přimět k účasti.

Jedním z cílů bylo rovněž posílit employer branding, kdy čím dál více zaměstnanců řeší u zaměstnavatele i jeho udržitelnost. ČSOB se tak chová a zároveň všechny 3 ročníky Výzvy pomohly upevnit tuto naši pozici.

**Strategie a kreativa:**

Ve 3. ročníku Výzvy jsme představili nové téma, a to Objevit nové cesty do práce. Do grafiky jsme toto téma maximálně propisovali, abychom upozornili na příležitost objevit nové podniky a cesty při zelenějším dojíždění a také, že díky němu můžou mít zapojení i víc času na četbu a poslech. A i to bylo vidět i ve videích v komunikaci.

Kromě toho jsme zapojili partnery, kteří poskytli slevy a dary, jež souvisely se sbíráním bodů v aplikaci, a to firmy Endorphin Republic, Niceboy, Kolofix, ČD, DPD a Škodu.

**Nástroje a aktivity:**

Aby 3. ročník soutěže bylo vidět, efektivně jsme využili naše PR a sítě, kde jsme výzvu k účasti sdíleli na Linkedinu ČSOB a přes něj jsme videem zmíněné firmy vyzvali.

A připravili jsme i více videí, postů na sítě a článků a propjali jsme do nich i nové téma Objevování zajímavých míst a podniků. Navíc v aplikaci kromě sběru bodů šlo sdílet i fotografie a komentáře, abychom se mezi sebou mohli motivovat a inspirovat.

Během 2 měsíců soutěže uživatelé aplikace pročetli a zhlédli přes 25 článků a 10 videí. Zároveň byly na intranetech zapojených firem publikovány i další články.

**Výsledky:**

V přepočtu zapsaných km na počet zaměstnanců vyhrála 3. ročník Colonnade Insurance, na počet zelených km to byla ČSOB.

Celkově se ve 3. ročníku zapojili přes 4 tisíce zaměstnanců, kteří za 2 měsíce zapsali přes 2,2 milionu zelených km. Téma zeleného dojíždění se navíc dostalo díky komunikaci k většině zaměstnanců.

Zároveň se používala i metrika ušetřených emisí, kdy se počítal rozdíl oproti jízdě autem v jedné osobě. Celkem se tak ušetřilo přes 237 tun CO2!

**Přínos a výsledky konkrétního nástroje:**

Specifickým nástrojem pro komunikaci a budování vztahů se zaměstnanci se stala naše PWA aplikace. Pro 19 firem se stala jak nástrojem pro zápis km, tak i informačním kanálem, kdy ji v průměru navštívilo 2 tisíce uživatelů denně, kteří v ní strávili cca 5 minut denně (zápis km, články, sdílení atd.). Pro podporu zapojení zaměstnanců ČSOB jsme navíc připravili i další články, bannery, SMS zprávy a akce.

**Weblinky:**

<https://zelenavyzva24.cz>, <https://www.csob.cz/csob/servis-pro-media/tiskove-zpravy?id=TZ241108>, [https://www.youtube.com/watch?v=VeF\\_Tk15WLk](https://www.youtube.com/watch?v=VeF_Tk15WLk)