
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Plníme vaše přání – Kampaň na podporu veřejné dopravy

Klient:

POVED (Plzeňský organizátor veřejné dopravy)

Agentura / Přihlašovatel:

Ewing s. r. o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Tomáš Sazima

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Kampaň „Plníme vaše životní přání“ měla za cíl zvyšovat povědomí o kvalitách integrované veřejné dopravy v Plzeňském kraji. Prostřednictvím jasných, pozitivních a interaktivních sdělení upozorňovala na moderní vozidla, jednoduchost cestování na jednu integrovanou jízdenku, ekologické benefity a finanční úsporu. Kampaň byla unikátní svou efektivitou a dosaženými výsledky při velmi omezeném rozpočtu (400 tis. Kč bez DPH na mediální spend). Rok 2024, v jehož rámci kampaň probíhala, byl historicky rekordní z pohledu počtu přepravených cestujících v regionální veřejné dopravě v Plzeňském kraji.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo zvýšit povědomí o kvalitě veřejné dopravy v Plzeňském kraji a motivovat veřejnost k jejímu častějšímu využívání místo automobilů. Klient (POVED – Plzeňský organizátor veřejné dopravy) chtěl zdůraznit investice do nových moderních dopravních prostředků (vlaků RegioPanter, nízkopodlažní autobusy), integrovanou jízdenku umožňující cestování s přestupy za jedinou výhodnou cenu a také turistické jízdné. Primární cílovou skupinou byli obyvatelé Plzeňského kraje, a to pravidelní i příležitostní cestující a potenciální noví uživatelé.

Strategie a kreativa:

Strategie kampaně jsme postavili na potřebách cestujících vyjádřených sloganem „Chci více...“ (odpočívát, šetřit, objevovat...). Kampaň strategicky komunikovala reálné benefity – pohodlí, ekologii a ekonomičnost. Vzhledem k omezenému rozpočtu byla komunikace zaměřena na digitální kanály, zejména sociální média, a využívala interaktivní formáty a animovaná videa. Identifikované riziko nízkého rozpočtu jsme překonali kreativními nástroji a efektivní prací s komunitou nadšenců, kteří spontánně šířili sdělení kampaně.

Nástroje a aktivity:

Kampaň využívala primárně digitální média – sociální sítě (Facebook, Instagram, YouTube) s interaktivními příspěvky, krátká animovaná videa o přidané hodnotě cestování veřejnou dopravou, cílenou online bannerovou reklamu na regionálních zpravodajských webech a reklamu přímo v dopravních prostředcích a na klíčových dopravních uzlech (CLV, plakáty, obrazovky v dopravních prostředcích). Aktivní byla také landing page, která poskytovala detailní informace o výhodách dopravy v kraji.

Výsledky:

Kampaň zaznamenala úspěch. Reklama na sociálních sítích (Facebook, Instagram) oslovila přes 496 tisíc unikátních uživatelů. Na YouTube dosáhla 120 tisíc zhlédnutí se skvělým poměrem cena/výkon (0,18 Kč za zhlédnutí). Bannerová kampaň měla 1,39 milionu zobrazení s nadprůměrným CTR 0,82 %. Výsledkem je historicky rekordní počet cestujících za rok 2024, což potvrzují představitelé Plzeňského kraje i klienta. Kampaň také spontánně podporovala komunita „dopravních nadšenců“ například v komentářích či sdílením. Rok 2024 byl v Plzeňském kraji historicky rekordní, meziroční nárůst počtu cestujících v roce, kdy kampaň probíhala, činil okolo 5 %. Nedisponujeme nicméně zcela exaktními důkazy o konkrétním vlivu kampaně na tento nárůst, neboť klient tato čísla nevyžadoval.

Weblinky:

<https://zdopravy.cz/pet-let-bez-zdrazeni-vlaky-a-autobusy-v-plzenskem-kraji-prepravily-nejvice-lidi-v-historii-239601/>