
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

L'Oréal: Ženy ve vědě

Klient:

L'Oréal

Agentura / Přihlašovatel:

WS Czech

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost, I.9

Dlouhodobé budování pověsti či značky

Oborové kategorie:

II.2 Spotřební zboží

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Marek Němec

Firma/organizace: WS Czech

Stručné shrnutí projektu:

V ČR tvoří ženy jen 28 % výzkumnic, což je nejnižší podíl v Evropě. Program L'Oréal-UNESCO oceňuje ženy ve vědě už od roku 2006. Buduje vzory pro mladé dívky, aby se nebály vydat vědeckou cestou. Díky strategické medializaci a podpoře růstu přispívá k většímu zastoupení žen ve vědě a inovacích. Program L'Oréal-UNESCO Pro ženy ve vědě v ČR od roku 2006 již podpořil a zviditelnil 50 talentovaných vědkyň.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Udržet projekt, který funguje téměř dvacet let stále relevantní a přitažlivý v neustále se měnícím světě. Kromě finanční podpory získávají laureátky rozsáhlé mediální pokrytí, odborný mediální trénink a školení pro prezentaci na LinkedIn. Cílem je nejen ocenit jejich vědecké úspěchy, ale také je představit veřejnosti jako vzory pro mladé dívky a posílit jejich profesní prestiž. Program pomáhá překonávat genderové bariéry, podporuje rovnost v akademickém prostředí a umožňuje vědkyním efektivně komunikovat své výsledky.

Strategie a kreativa:

Strategie stojí na silném partnerství s Akademií věd ČR, jejíž expertní zástupci jsou zodpovědní za hodnocení vědeckých projektů vědkyň přihlášených do programu. Tento proces představuje první uznání excelentní práce vědkyň. Dalším klíčovým pilířem je strategická medializace, kdy je laureátkám poskytnut komplexní mediální trénink pro rozhovory v rádiu, TV, tisku, online médiích i podcastech. Díky této kombinaci prestižního odborného hodnocení a širokého mediálního pokrytí nejen oceňujeme, ale také posilujeme jejich veřejnou viditelnost a budujeme je jako vzory pro mladou generaci. Navázání mediálního partnerství s Forbesem a spolupráce na žebříčku Forbes Česko, Top vědkyně Česka, přinesl ještě širší dosah práce vědkyň v ČR. Tento krok zvýšil jejich prestiž nejen veřejnosti, ale i v akademických institucích, které je nyní aktivně prezentují jako vzory. Žebříček otevřel cestu k novým příležitostem a ukázal, že věda může být atraktivním zaměstnáním pro ženy/dívky.

Nástroje a aktivity:

Mediální spolupráce
Mediální trénink
Media Relations
Partnerství s AV ČR

Výsledky:

Media: 87 výstupů
SoMe: 50 výstupů