

---

## PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Vuchlady

Klient:

Vuch s.r.o.

Agentura / Přihlašovatel:

Vuch s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

ASPEN.PR s.r.o.

Individuální kredity:

Martina Louvarová, marketing specialist, Vuch s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Martina Louvarová

Firma/organizace: Vuch s.r.o.

**Stručné shrnutí projektu:**

Charitativní projekt Vuchlady odráží hodnoty značky Vuch. Charitativní projekt je součástí firemní DNA a zapojuje všechny zaměstnance. Primárním cílem je najít ženu s charismatem, která se stane tvář a podpoří organizaci, jež pomáhá tam, kde je to třeba. Preferujeme témata se společenským přesahem. Těší nás, že s rostoucí znalostí značky roste i dopad projektu.

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

Projekt vznikl jako způsob, jak zapojit zákaznice a najít mezi nimi tvář značky. Postupně jsme ho rozšířili o charitativní rozměr a spolupráci s organizacemi zaměřenými na ženská témata. Klíčem je autenticita. Sekundárním cílem je posílit vnímání značky jako společensky odpovědné a propojit ji se zákaznicemi. Posláním je podpořit ženskou sílu a upozornit na důležitá témata.

Cílovou skupinou jsou ženy 15-99 let hledající styl i smysl.

Komunikační cíle: budovat image odpovědné značky, zvýšit mediální viditelnost, tvořit pozitivní emoce.

Obchodní cíle: zvýšení loajality, podpora prodeje charitativní edice.

Insight: Každá žena má krásu a sílu – značka jí může objevit.

**Strategie a kreativa:**

Cílem bylo vytvořit autentický formát propojující silné příběhy žen s pomocí potřebným. Každý ročník se věnuje konkrétnímu tématu – duševní zdraví, onkologie apod. Účastnice se mohou stát tvář kampaně, modelkou i součástí týmu. Vizuál zůstává hravý a elegantní, ale přináší hlubší přesah.

**Nástroje a aktivity:**

Projekt využívá sociální sítě, web, newsletter, PR, spolupráci s médii, ambasadorkou i influencery. Klíčová je otevřená výzva k přihlášení, tvorba foto a video obsahu a finální event s předáním pomoci. Nedílnou součástí je limitovaná kolekce, z níž jde výtěžek na podporu organizace.

**Výsledky:**

Projekt každoročně osloví desítky tisíc žen, stovky se do něj aktivně zapojí. Pravidelně se objevuje v TV reportážích, lifestyle médiích i rozhovorech. Roste engagement na sítích, přibývá organický dosah i pozitivní zpětná vazba. Neziskové organizace díky němu získávají nejen finance, ale také silnou mediální podporu. Projekt přispívá k vnímání značky jako lidské, empatické a inspirativní.

**Ročník 2024? Zlomový.**

Počet přihlášených se zdvojnásobil – téměř 500 žen s námi sdílelo své silné příběhy. Výrazně vzrostl výtěžek pro neziskové organizace, mediální zásah překonal všechny předchozí roky. Poprvé jsme uspořádali závěrečný event mimo prodejnu – ve větším prostoru, s otevřenými dveřmi pro všechny účastnice. Atmosféra byla silná.

Na pódiu vystoupili Julian Záhorovský a Sharlota, večer moderovala Lucie Borhyová. Přidaly se i známé značky, které podpořily tombolu – důkaz, že Vuchlady už nejsou jen náš interní projekt.

Vuchlady 2024 = největší skok v historii projektu. A pevný základ pro další růst.

Otevřená výzva umožňuje autentické zapojení veřejnosti a vytváří hlubší vztah ke značce.

**Weblinky:**

<https://vuchlady.cz/>, <https://www.vuch.cz/Usrztelnost/Charity>, [https://youtu.be/v\\_snBESTNdQ?feature=shared](https://youtu.be/v_snBESTNdQ?feature=shared),  
<https://youtu.be/7E3wwLcSaho?feature=shared>