

---

## PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Na vlně pomoci

Klient:

BoldNews

Agentura / Přihlašovatel:

Bold Future Media Lab

Spolupracující agentura / subjekt:

Klimsz - grafika, kreativa

Individuální kredity:

Barbora Klimszová, Grafik, Klimsz

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost, filantropie, udržitelnost

Oborové kategorie:

II.6 Neziskový sektor

Komunikační nástroje:

III.5 Influencer marketing

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Alice Mikulášová

Firma/organizace: Bold Future Media Lab

**Stručné shrnutí projektu:**

Benefiční koncert Na vlně pomoci se uskutečnil v reakci na ničivé povodně na podzim 2024. Díky zapojení více než 90 umělců a influencerů se kampaň dostala do povědomí miliónů mladých, kteří společně s partnery projektu dopomohli k tomu, že se na pomoc obětem povodní vybralo více než 20 milionů Kč. Interpreti i influenceri se zapojili bez nároku na honorář a společně ukázali, že mladá generace má chuť i sílu pomáhat.

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

Zadáním bylo dostat zprávu o konání jediné popovodňové benefiční akce pro Gen Z k mladým lidem. Cílem tedy bylo strategicky uchopit event i komunikaci tak, aby zaujal mladé. Cíl byl ambiciózní především z hlediska času, na celou kampaň jsme měli 14 dní. Největší výzvou bylo v tak krátké době přesvědčit umělce a influencers, aby se zapojili.

**Strategie a kreativa:**

Věděli jsme, že chceme-li oslovit generaci Z, potřebujeme zajímavou akci a jasně odkomunikovaný přesah. Oslovili jsme proto hvězdy hudební GENZ scény (M. Horák, R. Dang, 7krát3, Sharlota, A. Kalousová, L. Bikarová, M. Bendig, We Are Domi s A. Černým z Lake Malawi atd.) a začali zprávu šířit mezi mladé skrz 80 influencerů a umělců, kteří se do kampaně zapojili. (Čestmír Strakatý, Kovy, M. Bagárová, A. Mišík, K. Kopíncová, I. Maurerová, Pokáč, zpěvačka LP. Moderátoři: J. Kotek a K. Kopíncová a další)

**Nástroje a aktivity:**

Ústředním formátem bylo kampaňové video, které se virálně šířilo po sociálních sítích díky sdílení zapojených influencerů a umělců. Podpořili jsme ho také finančně na profilu BoldNews, který sloužil jako centrální kanál kampaně.

**Šíření kampaně pomohli naši ambasadoři:**

- účinkováním ve videu kampaně
- sdílením videa na svých sítích a výzva aby lidé sdíleli dál
- sdílením rozhovorů, natočených s influencersy a umělci (proč se zapojil a proč by se měli zapojit i ostatní) - aspekt zesílení osobní výzvou
- sdílením soutěže o vstupy na koncert
- poskytnutím interview o akci i o tom, proč se do projektu zapojili (Dobré ráno) a sdílení rozhovorů na svých sítích
- účast na eventu a sdílení výzvy k zapojení a příspěví z místa dění
- výzva ke sledování livestreamu 15.4.2024 a výzva k příspěví

Zapojili jsme i dosahy partnerů - podle jednotné strategie a timingu sdíleli obsah kampaně na svých sítích (Rohlík.cz, Kofola, Škoda Auto) Zesílit dosah pomohli i mediální partneři (Óčko, idnes.cz, CNN Prima News, Impuls, Extra, Express), .TV Óčko akci přenášelo živě. Dle režiséra přenosu V. Bělehradského, se jednalo o první takto náročný a profesionálně odbavených přenos do TV bez ČT.

**Výsledky:**

Za příspěví mladých lidí i partnerů se celkem vybralo přes 20 milionů Kč.

Kampaň celkem zasáhla více než 4 miliony mladých lidí, a to především na sociálních sítích.

Ale co je (alespoň pro nás) snad to nejdůležitější: společně jsme ukázali, že GenZ není lhostejná k tomu, co se děje kolem, ale naopak má chuť a sílu nezištně pomáhat, spojit se a zároveň umí využít pozitivní potenciál sociálních sítí.

**Přínos a výsledky konkrétního nástroje:**

Veškeré dosahy na sociálních sítích směrem k relevantní cílové skupině (16 - 35) byly zásluhou influencerů a mladých umělců, kteří se do kampaně zapojili.

**Weblinky:**

<https://boldnews.cz/navnepomoci#gsc.tab=0>, <https://docs.google.com/document/d/1ooOogY-Z4xnQjC7g7mQt8cDUd58TzF9PMTqYRG-acsk/edit>,  
[https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDI4OTM0NDA1MzQwNTAz?story\\_media\\_id=3456105778341429985&igsh=OGtyaDc1emxyeHAy](https://www.instagram.com/s/aGlnaGxpZ2h0OjE4MDI4OTM0NDA1MzQwNTAz?story_media_id=3456105778341429985&igsh=OGtyaDc1emxyeHAy),  
<https://docs.google.com/document/d/10EGglqule0I0tghneYCLDvLrUz8JQS5Dq67TYrnGld8/edit>