
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zdraví nazdar! Přidej se k odboji proti největšímu nepříteli Česka

Klient:

Zdravotnická skupina EUC

Agentura / Přihlašovatel:

Zdravotnická skupina EUC

Spolupracující agentura / subjekt:

werk.camp

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.3 Zdravotnictví

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Lenka Sadílková

Firma/organizace: Zdravotnická skupina EUC

Stručné shrnutí projektu:

Více než 60 % obyvatel ČR se potýká s nadváhou nebo obezitou. Osvětová kampaň Zdraví nazdar!, realizovaná EUC ve spolupráci s Českou obcí sokolskou, přinesla silné sdělení: prevence začíná pohybem. Kampaň nejen splnila, ale předčila očekávání – oslovila miliony lidí napříč mediálními platformami. Kampaň fungovala nejen jako 360° komunikace pro veřejnost, ale měla i silný vliv v rámci interní komunikace.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kliniky EUC nemají problém se získáním nových pacientů, ale není jí lhostejné zdraví české populace. I když by osvětové kampaně na téma prevence a motivace k pravidelnému pohybu a sportu měly být spíše úkolem veřejného sektoru, rozhodli se v EUC do toho pustit po vlastní ose a stát se aktivním hybatelem změny. Jako součást kampaně chtěla společnost zároveň posílit i interní komunikaci.

Strategie a kreativa:

S cílem motivovat Čechy, aby se aktivně podíleli na péči o své zdraví, se skupina EUC spojila s Českou obcí sokolskou. Hodnoty obou subjektů jsou si velmi blízké. Obě organizace sdílejí silnou hodnotu aktivního života – zatímco Sokol podporuje pohyb jako součást národní tradice, EUC přináší moderní přístup k prevenci. Kampaň využila jedinečné příležitosti konání XVII. všesokolského sletu.

Druhý pilíř komunikace: posílení firemní kultury dobrým a uvěřitelným příběhem spojení podobných hodnot dvou organizací.

Nástroje a aktivity:

Pro kampaň byla vytvořena webová stránka www.zdravinazdar.cz, kalkulačka prevence, zajímavé vizuály a edukační články. Byla natočena videa včetně reklamních spotů a podcastu Kondicionér, který přinášel témata související se zdravým životním stylem, dlouhověkostí, duševním zdravím, cvičením a motivací.

Pro zaměstnance byly vytvořeny aktivity: Rodinné dny, aplikace EUC v pohybu se soutěžemi a dalšími aktivitami, štafeta Společně v pohybu, interní newslettery a další. Aktivita Společně v pohybu propojila kolegy napříč republikou – natáčeli vlastní videa inspirovaná sletovými sestavami a zapojili se tak do kampaně v duchu Sletu. Sami se navíc hlásili, že chtějí ve volném čase na kampani participovat, a to včetně hereckých rolí v kampaňových videích.

Zvolili jsme robustní osvětovou 360° komunikaci: TV, rádia, on-line, digitální média, sociální sítě, PR, OOH či edukační polepy EUC Klinik a několik kanálů v rámci interní komunikace.

Výsledky:

Kampaň splnila a předčila očekávání. Výsledkem byl 2,5krát větší zásah u široké veřejnosti, než autoři původně odhadovali. Kampaň vidělo přes 200 tisíc lidí na klinikách, celkový zásah v online kampani byl 2,79 milionu uživatelů s průměrnou frekvencí 3,91, TV kampaň měla kumulativní sledovanost 7,7 milionu diváků, rádiová kampaň 2,8 milionu posluchačů, outdoorová kampaň měla zásah/průjezdnost 21,5 milionu aut.

V interní komunikaci bylo dosaženo nadprůměrného počtu reakcí na interní zprávy – celkem více než 3 000. Vzhledem k celkovému počtu 3 500 zaměstnanců jde o výborný výsledek. Každé video zhlédlo v průměru 800 zaměstnanců. Rodinných dnů se zúčastnilo 700 zaměstnanců. Do soutěže v aplikaci EUC v pohybu se zapojilo 516 kolegů.

Weblinky:

<https://zdravinazdar.cz/>, <https://euc.cz/>