

---

## 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.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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 oslovila miliony lidí napříč mediálními platformami a silně zarezonovala také v rámci interní komunikace. Klíčovým motivem bylo nejen cílení na zaměstnance, ale i jejich aktivní zapojení — jak do realizace projektu, tak do tvorby samotné kreativy a natočení videa.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kliniky EUC nemají problém se získáváním nových pacientů, přesto jim není lhostejné zdraví celé populace. Ačkoli by osvěta v oblasti prevence, pohybu a sportu měla být doménou veřejného sektoru, EUC se rozhodla převzít iniciativu a stát se aktivním hybatelem změny. Zároveň chtěla realizovat projekt, který od začátku aktivně zapojí zaměstnance a pomůže jim udržet se v dobré kondici.

#### Strategie a kreativa:

S cílem motivovat Čechy, aby se aktivně podíleli na péči o své zdraví, se skupina EUC spojila s Českou obcí sokolskou. Spoluprací vznikla osvětová kampaň s příznačným názvem Zdraví nazdar! Hodnoty obou subjektů jsou si velmi blízké – sdílejí silnou hodnotu aktivního života. Zatímco Sokol podporuje pohyb jako součást národní tradice, EUC přináší moderní přístup k prevenci. Nosným pilířem bylo posílení firemní kultury silným a uvěřitelným příběhem, který spojoval hodnoty obou organizací a podporoval angažovanost zaměstnanců.

#### Nástroje a aktivity:

Pro 360° komunikaci byla vytvořena webová stránka [www.zdravinazdar.cz](http://www.zdravinazdar.cz), kalkulačka prevence, široká škála vizuálů, sepsána byla řada edukačních článků. Byla také 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 připraveny speciální akce: Rodinné dny, aplikace EUC v pohybu se soutěžemi a dalšími aktivitami, video štafeta Společně v pohybu (zaměstnanci natáčeli sletové sestavy), interní newslettery, speciální polepy v interiérech klinik a laboratoří a další. Zaměstnanci se sami hlásili, že chtějí ve volném čase na kampani participovat, a to včetně hereckých rolí v kampaňových videích.

#### Výsledky:

Kampaň splnila a předčila očekávání, výsledkem byl 2,5krát větší zásah u široké veřejnosti, než autoři původně odhadovali. 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 vidělo v průměru 800 zaměstnanců, Rodinných dnů se zúčastnilo 700 zaměstnanců, do soutěže v aplikaci EUC v pohybu se zapojilo 516 zaměstnanců. Zde byla dosažena 4x větší interakce, než autoři původně očekávali. Zaměstnanci celý projekt a zapojení nadšeně hodnotili. Pozitivně oceňovali vysokou motivaci kolegů k pohybu a "zdravou rivalitu", kdo má lepší výkon, možnost vyjádřit kolegům podporu při jakémkoliv pohybu, možnost výhry a kolektivní zábavu napříč firmou, což posílilo firemní identitu i navázání či utužení vztahů mezi zaměstnanci.

#### Weblinky:

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