PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Osvětová kampaň Úřadu práce aneb digi není jen pro mladé

Klient:

Úřad práce ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Bison & Rose

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Petr Kopáček

Firma/organizace: Bison & Rose

Stručné shrnutí projektu:

České hospodářství brzdí nepružný trh práce. Každý rok změní práci jen 15 % Čechů, průměr v západní Evropě je nad 20 %. Změnou práce si přitom lidé v průměru vydělají o 8 % více. A podle odborníků se bude muset až 40 % zaměstnanců do 3 let rekvalifikovat. Za účelem podpory profesního vzdělávání Úřad práce ČR spustil tříměsíční edukační kampaň Vydělávejte víc!, jejíž cílem bylo zvýšit povědomí o možnostech rekvalifikací a digitálních kurzů a jejich přínosu pro „pracovní zdraví" Čechů, ale také destigmatizovat činnost úřadu práce. Ten je totiž stále vnímán jako pouhé inkasní místo pro sociální dávky, třebaže se postupně mění v největší pomáhající organizaci.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Prostřednictvím komunikačních aktivit jsme oslovovali 3 zvláště definované věkové skupiny (do 29 let, 30–54 let, 55+ let), s důrazem zejména na poslední z nich. Smyslem bylo představit přínos rekvalifikací a digitálních kurzů pro jejich pracovní uplatnění. Jsou to právě starší lidé, kteří projevují nižší zájem o jejich absolvování, přičemž jejich setrvání na trhu práce je důležité pro dlouhodobé udržení konkurenceschopnosti české ekonomiky.

Strategie a kreativa:

Strategie komunikačních aktivit spočívala ve zvýšení povědomí o možnostech absolvování rekvalifikací a digitálních kurzů mezi laickou veřejností. Volbu komunikačních kanálů jsme přizpůsobili primární cílové skupině, tj. starším lidem, a zvolili spolupráci s relevantními vysoce-zásahovými a veřejnoprávními médii. Naše komunikace byla podpořena i průběžnými mediálními výstupy dalších zástupců Úřadu práce ČR. Dominantní sdělení kampaně pracovalo s odkazem na pozitivní motiv většího výdělku. Doprovázely ho apely na získání práce či zvýšení kvalifikace díky využití služeb, které jsou pro danou cílovou skupinu snadno dostupné.

Nástroje a aktivity:

Úřad práce ČR navázal spolupráci s Národní knihovnou za účelem podpory informační gramotnosti a digitálních kompetencí široké veřejnosti. Pro pobočkovou síť jsme připravili sadu informačních letáků pro efektivnější komunikaci jak s uchazeči o zaměstnání, tak zaměstnavateli. Tyto vizuály jsme adaptovali pro potřeby multikanálové komunikační kampaně ve spolupráci s vydavatelstvím CNC – v tisku, online a v rámci 4 zastávek Blesk Ordinace po celé ČR. Za účelem posílení důvěryhodnosti sdělení jsme navázali spolupráci s Českou televizí, s níž jsme realizovali sérii 8 rozhovorů vybraných krajských ředitelů úřadu práce na téma profesního vzdělávání v pořadu Dobré ráno. Současně byla vytvořena čtveřice krátkých edukativních videí – minipořadů – s názvem Chci lepší práci.

Výsledky:

Během 3 měsíců se podařilo oslovit přes 1,64 mil. osob v tištěných periodicích a nasbírat 14,27 mil. impresí online v rámci kampaně s vydavatelstvím CNC. Více než 500 osob navštívilo stanoviště v rámci Blesk Ordinace, aby se informovali o možnostech dalšího vzdělávání, a dalších 1,07 milionu osob zhlédlo na TV obrazovkách osvětové minipořady. Veškeré aktivity měly přímý dopad na klienta, který v daném období evidoval zvýšený počet podaných žádostí o digitální kurzy a rekvalifikace.