
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Od instituce ke značce: proměna komunikace britského
velvyslanectví

Klient:

British Embassy Prague

Agentura / Přihlašovatel:

British Embassy Prague

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.9 Dlouhodobé budování pověsti či značky

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Eva Bouchalová

Firma/organizace: British Embassy Prague

Stručné shrnutí projektu:

Příchod nového britského velvyslance v lednu 2023 jsme využili jako příležitost proměnit komunikaci britského velvyslanectví v Česku a přiblížit diplomacii širší veřejnosti. Díky autenticitě, kreativnímu obsahu a spolupráci s influencery se velvyslanec stal jedním z nejviditelnějších diplomatů v zemi, jehož obsah organicky oslovuje miliony lidí. Během tří let jsme z neviditelné instituce vytvořili známou značku veřejné diplomacie.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Státní instituce často komunikují formálně a jejich obsah jen obtížně proniká mimo úzký okruh odborníků. Využili jsme proto příjezdu nového velvyslance k proměně způsobu komunikace s veřejností a ke zvýšení povědomí o práci velvyslanectví.

Cílem bylo přiblížit diplomatická témata širší veřejnosti a vytvořit platformu pro komunikaci britsko-české spolupráce. Součástí strategie bylo také posílit reputaci Británie jako blízkého partnera Česka.

Cílovou skupinou byla česká veřejnost, zejména uživatelé sociálních sítí, média, influenceři i regionální partneři.

Strategie a kreativa:

Komunikaci jsme postavili na osobnosti velvyslance - jeho zvědavosti, humoru a schopnosti mluvit česky. Místo anonymní instituce jsme nabídli lidský příběh, který přibližuje diplomacii srozumitelně a s nadhledem.

Strategie se rozvíjela ve třech fázích: představení velvyslance veřejnosti virální kampaní #JsemTuNovej, rozšíření dosahu díky kreativním videím a spolupráci s influencery a následné propojení komunikace s širšími aktivitami veřejné diplomacie - regionálními projekty a kulturními iniciativami.

Cílem bylo dlouhodobě budovat osobní značku velvyslance jako přístupného hlasu britsko-českých vztahů.

Nástroje a aktivity:

Klíčovým nástrojem komunikace jsou sociální sítě velvyslance, kde publikujeme videa, komentáře k aktuálním tématům i obsah propojující britskou a českou kulturu. Některá videa se stala virálními a oslovila statisíce až miliony lidí.

Součástí strategie je organická spolupráce s influencery jako Kovy, Chili Ta nebo Ben Cristovao, která pomáhá oslovit nové publikum.

Komunikaci doplňují mediální výstupy, veřejné debaty, kulturní projekty a regionální iniciativa Pop-Up Embassy, která přenesla aktivity ambasády mimo Prahu. Vrcholem budování osobní značky velvyslance je jeho nová kniha o životě v Česku, která vyjde v květnu.

Obsah vzniká interně a je šířen organicky, bez placené reklamy.

Výsledky:

Projekt výrazně zvýšil viditelnost britské diplomacie v Česku. Během jednoho mandátu se podařilo proměnit komunikaci velvyslanectví z málo známé instituce v jednu z nejviditelnějších v českém veřejném prostoru.

Počet sledujících na Instagramu vzrostl z 9 tis na 40,8 tis (+453 %), na síti X z 17 tis na 62,2 tis (+351 %). Obsah dosahuje milionů organických zhlédnutí a velvyslanec je v českých médiích zmiňován téměř tisíckrát ročně.

Podle průzkumu STEM dnes 43 % Čechů ví o britském velvyslanci nebo ambasádě. Velvyslanec je pravidelně zván ke spolupráci médii, organizacemi i veřejnými institucemi a inspirovali jsme podobné komunikační přístupy nejen v Česku, ale i na dalších ambasádách ve světě.