

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

AI babička bojuje proti kyberšmejdům

Klient:

O2 Czech Republic

Agentura / Přihlašovatel:

O2 Czech Republic

Spolupracující agentura / subjekt:

UPBA

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

Komunikační nástroje:

III.6 Digitální komunikace

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Marcel Bodnár

Firma/organizace: FleishmanHillard CZ

#### Stručné shrnutí projektu:

Telefonní podvody patří v Česku mezi nejrychleji rostoucí formy kyber kriminality a způsobují milionové škody. O2 denně blokuje až 100 000 podvržených hovorů. Tisíce dalších ale míří na skutečné lidi. Proto jsme vytvořili AI babičku Alenku, první českou digitální seniorku, která podvodníky aktivně zdržovala, odhalovala jejich postupy a chránila reálné oběti. Během tří měsíců přijala 1 200 hovorů a zdržela útočníky o 2 400 minut. Díky ní tento čas nemohli věnovat skutečným lidem. Projekt spojil inovaci, prevenci a vzdělávání a zásadně zvýšil povědomí o rizicích.

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

Cílem bylo posílit prevenci před telefonními podvody, zveřejnit nahrané hovory kyberšmejdů, ukázat tak reálné techniky útočníků, získat autentická data pro bezpečnostní analýzu a spolupráci s Policií ČR a potvrdit O2 jako lídra v oblasti kyberbezpečnosti. Dílčími cíli bylo vytvořit srozumitelný vzdělávací obsah, zvýšit důvěru veřejnosti v ochrannou roli O2 a zapojit mladou generaci.

Cílovou skupinou byli nejen senioři, ale i široká veřejnost, lidé ve věku 18–26 let a odborná veřejnost.

#### Strategie a kreativa:

Místo pasivního varování jsme zvolili aktivní obranu. AI babička Alenka má vlastní životopis, hlas a konverzační logiku. 10 telefonní čísla jsme „zasadili“ do míst, odkud si podvodníci běžně berou kontakty. Trvalo jen 48 hodin, než zavolal první útočník. Projekt navazuje na dlouhodobé aktivity O2 (antispoofing, linka 7726, vzdělávání) a přetváří je v lidsky uchopitelný příběh. Alenka je inspirována konceptem z UK, ale musela být postavena od začátku pro Česko po technické (AI Engine), jazykové i obsahové stránce.

#### Nástroje a aktivity:

Vytvořili jsme osobnost a hlas babičky Alenky, připravili její konverzační logiku a napojili ji na reálné volání. V létě 2025 přijímala podvodné hovory. Nahrávky jsme analyzovali a využili ve vzdělávacím obsahu na webu, sociálních sítích, v médiích i v programu O2 Chytrá škola. Kampaň doplnila PR komunikace, obsah na TikToku, výstupy v TV a online médiích i přímé oslovení zákazníků newslettery, SMS a push notifikacemi (dvakrát zásah 1 milionu lidí).

#### Výsledky:

AI babička přijala 1 200 hovorů (celkem cca 40 hodin), čímž zabránila reálným útokům na stejný počet lidí. Získaná data pomohla zlepšit prevenci a analyzovat taktiky útočníků. Kampaň dosáhla výrazného mediálního dopadu (58 výstupů, zásah 7,3 milionu), na SoMe 3+ miliony zhlédnutí (engagement 6,1 %), návštěvnost webu 54 000 RU. Znalost Alenky dosáhla po měsíci 48 %. Vnímání výroku „O2 chrání zákazníky před kyberútoky“ vzrostlo dle výzkumu z 30,1 % na 41,6 %, nejvíce v historii měření.

#### Weblinky:

<https://www.o2.cz/osobni/volani/kybersmejdi>, <https://youtu.be/OSBXYWkw3yo?si=RqITLA3nG8dt4Nx>, <https://youtu.be/X4fs9TU3s6U>, <https://spolecnost.o2.cz/tiskove-centrum/o2-spousti-kampan-kybersmejdi-ai-babicka-bojuje-s-telefonnimi-podvodniky>