PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Microsoft průvodcem transformací: Jak se Česko učí používat AI

Klient:

Microsoft

Agentura / Přihlašovatel:

Ogilvy

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii, I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Václav Rambousek

Firma/organizace: Ogilvy s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

AI sice v roce 2025 plnila titulky, ale skutečně ji v ČR využívalo jen 26 % lidí a mediální narativ byl často neinformovaný a zaměřený spíše na hrozby a senzace. Cílem Microsoftu bylo překlenout propast mezi abstraktní znalostí a praxí. Zvolili jsme dlouhodobý „hands-on“ model postavený na opakovaném kontaktu a boření obav. Z dodavatele softwaru se stal viditelný průvodce transformací. Projekt napříč segmenty posunul vnímání od počáteční zvědavosti směrem k bezpečnému a rutinnímu používání AI.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Úkolem bylo využít sílu značky a ukázat AI jako bezpečného a praktického pomocníka. Podpořit její osvojování i mimo „tech bublinu“ a změnit mediální narativ, který byl z více než 80 % neutrální či negativní, směrem k příležitosti. Zaměřili jsme se na skilling – převést publikum od zvědavosti k rutinnímu využití a ukotvit MS jako důvěryhodného průvodce érou AI.

Cílové skupiny byly dvě – jak hlavní tvůrci mediálních narativů (novináři a KOLs), tak reální uživatelé – byznys, státní správa, školy i netechnická veřejnost.

Strategie a kreativa:

Zvolili jsme přístup pracující s opakovaným kontaktem, který nejdřív odbourá strach a poté motivuje k praxi. Strategie stála na třech pilířích:
1) Novináři jako publikum: Poskytnutí opakované praktické zkušenosti, aby téma rámovali věcně, vyhnuli se zkratkám a vnímali reálný přínos AI pro jejich práci
2) Opuštění tech bubliny: Focus na oborová, lifestylová a byznysová média
3) Strategická partnerství: Spolupráce s důvěryhodnými subjekty (partnerství s ČAUI či zařazení AI kurzů do katalogu Úřadu práce) pro šíření osvěty mimo vlastní kanály. Experti MS sloužili jako srozumitelní ambasadoři pro různá publika

Nástroje a aktivity:

- Edukativní interaktivní formát „30 minut s Microsoftem“ pro novináře a odborníky
- Workshopy pro firmy, komunity i konkrétní redakce
- Guide materiály: Desatero implementace AI do firem a AI manifest pro netechnická publika
- Partnerství s ČAUI a s tím spojené barterové a komunitní aktivity (amplifikace na SoMe asociace, TK, výstup v časopisu atd.)
- Využití ambasadorů firmy k amplifikaci na sociálních sítích, veřejným vystoupením a thought leadershipu
- Media relations cílená nejen na technologický segment

Výsledky:

Projekt posunul mediální narativ o AI v ČR od abstraktní hrozby k praktickému nástroji. Loňské výstupy o AI byly ze 17,9 % pozitivní, výstupy spojující AI s Microsoftem z 50,8 %. Praktická, zkušeností podložená komunikace zásadně změnila tón debaty. Dosáhli jsme 251 mediálních výstupů napříč klíčovými kanály (vč. ČT1, TV Nova, Seznam Zprávy, proženy.cz, MF DNES a regionálního tisku), čímž jsme posunuli mediální narativ od obav k příležitostem. Získali jsme celkový zásah přes 2 miliony TV/rozhlasových diváků/posluchačů, 93,3 milionu RU online a 4,8 milionu v tisku, s 70 796 interakcemi na SoMe. Přímou edukací jsme vybavovali Česko praktickými dovednostmi. Uspořádali jsme 4 setkání "30 minut s MS" pro 50+ novinářů a 5 praktických workshopů u partnerů (vč. Vodafone, ČS a proženy.cz), které demonstrovaly konkrétní využití AI.