
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Z nuly na sto – Start České startupové asociace

Klient:

Česká startupová asociace

Agentura / Přihlašovatel:

AMI Communications

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Martin Ayrer, Senior Consultant, AMI Communications

Martina Součková, Consultant, AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.6 Budování vztahů s médii

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: Martina Součková

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

Během jednoho roku se podařilo dostat startupy do titulků médií i programů politických stran a dosáhnout důležitých legislativních změn. Vznik České startupové asociace sjednotil roztržitý hlas startupistů a investorů. Díky systematické práci s novináři, komunikačními kanály, daty a expertním obsahem se startupová témata dostala do hlavních médií, veřejné debaty i politické agendy. Mediální publicita se stala důležitým nástrojem pro prosazení konkrétních legislativních změn, včetně úpravy rámce pro zaměstnanecké akcie.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Na začátku bylo roztržitěné a nekoncepční prostředí. Startupová témata byla komunikována nahodile, startupy nebyly na mediální ani politické agendě. Chyběl jednotný hlas, který by pro média byl srozumitelný a důvěryhodný, a tím pádem i vlivný vůči politickému rozhodování. Dostali jsme jasné zadání – vybudovat silného komunikačního hráče, který bude mít tři cíle: přinášet klíčová témata do veřejné a politické debaty, etablovat se jako hlavní expertní zdroj a dlouhodobě generovat relevantní mediální výstupy. Tomu odpovídaly i cílové skupiny – média, zástupci politických stran a startupová komunita.

Strategie a kreativa:

Strategie stála na třech pilířích: 1. budování vztahů s novináři, 2. příprava atraktivního obsahu postaveného na datech a 3. zapojení osobností ze startupové scény (předseda Asociace Martin Jiránek, investoři Vojta Roček a Petr Šíma, startupisté Ondřej Krátký, Kamila Zahradníčková a další). Cílem bylo ukázat, že startupy jsou pro Česko příležitostí a jejich rozvoj dává smysl pro byznys i státní rozpočet. Nejprve ale bylo nutné vybudovat pevnou pozici Asociace a hned od začátku ukázat, že je relevantním stakeholderem, a převést komplexní startupová a legislativní témata do srozumitelného jazyka. Důležitou roli hrála práce s mluvčími, načasování témat a dlouhodobé budování důvěry s novináři. Media relations byly úzce propojeny s public affairs – mediální výstupy sloužily jako nástroj pro legitimizaci témat a tlak na politiky.

Nástroje a aktivity:

Důležitým nástrojem v rámci komunikace byla systematická práce s novináři. Vsadili jsme na: 1. komentáře, rozhovory a další expertní výstupy, včetně reakcí na aktuální témata; 2. tvorbu informačních podkladů a průzkumů; 3. dva mediálně atraktivní eventy uspořádané Asociací, které vizibilitu startupových témat výrazně posílily.

Výsledky:

Během jediného roku se České startupové asociaci podařilo dosáhnout toho, co se roky nedařilo – dostat startupy z okraje zájmu do centra mediální i politické debaty. Stala se expertním zdrojem a iniciátorem témat pro celou oblast. V číslech to znamená: 1. publicita: 506 mediálních výstupů napříč mediaty, 2. mediální zásah: 181 milionů, 3. eventy: 2 velké konference napříč ekosystémem a několik setkání s médii, 4. legislativní milníky: vlastní sněmovní podvýbor, nová úprava ESOP, startupová témata v programovém prohlášení vlády, nová role ministerského zmocněnce pro startupy, kterým se stal právě první předseda Asociace Martin Jiránek, 5. Asociace: za první rok se zapojilo přes 100 členů.

Weblinky:

<https://startupczechia.cz/>