

PROKOP 2017

Názov práce: Knižky o dopravnej výchove a prvej pomoci pre školákov a predškolákov

Prihlasovateľ: Lidl Slovenská republika

Kategória: Community relations

Kontaktná osoba za prihlasovateľa: Tomáš Bezák, 0911 039 541

1. ZHRNUTIE – do 500 znakov bez medzier

Popíšte v krátkosti prihlásený projekt. Sústreďte sa na kľúčové faktory, ktoré viedli k úspechu. Vysvetlite porotu, prečo by mal byť práve váš projekt ocenený a čím je jedinečný. Porota oceňuje originalitu nápadu, strategický prístup k riešeniu komunikačnej výzvy, netradičné a kreatívne poňatie realizácie projektu.

V spolupráci s Ministerstvom školstva SR a Štátnym pedagogickým inštitútom, Policajným zborom a Slovenským Červeným krížom sme pripravili tri knihy o dopravnej výchove a prvej pomoci s názvom „Kamil a Emil na cestách“, „Ako Kamilko stretol Emilka“ a „Kamil a psík zdravotník“. Cieľom bolo v knižkách odborne spracovať témy, s ktorými je počítané v štátnych vzdelávacích osnovách, ale nie je na to vyčlenený predmet a neexistujú k tomu učebnice.

2. VÝZVA A CIEĽ - do 800 znakov bez medzier

Popíšte zadanie a uveďte stručný popis komunikačnej situácie. Akým komunikačnými výzvam bolo potrebné čeliť? Čo bolo vašou úlohou a aké boli ciele kampane?

Rozhodli sme sa preto deti vzdelávať hrovou a atraktívnou formou v témach, ktoré vnímame pre deti z hľadiska prevencie zranení ako kľúčové.

Výzvou bolo témy spracovať knihy na jednej strane odborne, aby mohli byť použité ako učebné pomôcky pri vzdelávaní detí v daných témach, ale zároveň aj zrozumiteľne pre deti a rodičov.

3. STRATÉGIA A PLÁN - do 500 znakov bez medzier

Vysvetlite strategický prístup k riešeniu komunikačnej výzvy. Popíšte idey riešenia, insighty, kreatívny pohľad na riešenie problému a plán kampane.

Nosné z hľadiska stratégie pri spracovaní témy bolo spojenie sa s kľúčovými partnermi ako sú Ministerstvo školstva, Červený kríž, Policajný zbor a Štátny pedagogický inštitút.

Plánom bolo v každom roku tematicky a logicky nadväzovať na predchádzajúce publikácie, vďaka čomu sa školáci a predškoláci systematicky oboznamujú s tematikou dopravnej výchovy a prvej pomoci



4. RELIZÁCIA - do 1000 znakov bez medzier

Popíšte realizáciu projektu, jednotlivé komunikačné fázy a využitie rôznych komunikačných nástrojov.

Aj vďaka spolupráci s odbornými partnermi získali knižky „Kamil a psík zdravotník“ a „Ako Kamilko stretol Emilka“ odporúčaciu doložku Ministerstva školstva a sú teda odporúčané ako oficiálne učebná pomôcka k daným témam. Knižky vďaka atraktívnemu vizuálnemu spracovaniu a zaujímavým cvičeniam sú pre deti publikáciou, ktorú si radi prezerajú aj vo voľných chvíľach.

Prvá kniha vytlačená v náklade viac ako 115 000 kusov bola odovzdaná na začiatku šk. roka 2016/2017 každému žiakovi, ktorý navštevuje 2. alebo 3. ročník ZŠ a triednym učiteľom.

Druhá kniha vytlačená v náklade viac ako 60 000 kusov bola v apríli 2017 odovzdaná všetkým deťom, ktoré od septembra nastúpia na povinnú školskú dochádzku.

Tretia kniha vytlačená v náklade viac ako 120 000 kusov bola odovzdaná na začiatku šk. roka 2017/2018 každému žiakovi, ktorý navštevuje 2. alebo 3. ročník ZŠ a triednym učiteľom.

Predstavenie každej knižky sme odštartovali stretnutím s médiami a následne podporou na sociálnych sieťach a webe.

Súčasťou komunikačnej kampane bolo aj 8 minikurzov dopravnej výchovy na mobilných dopravných ihriskách pri predajniach Lidl, ktoré Lidl pripravil. Ihriská v hodnote 60 000 € boli po eventoch odovzdané Slovenskému červenému krížu pre ďalšie využitie.

Projekt bol komunikovaný v printe, na internete a na mieste predaja.

5. VÝSLEDKY - do 500 znakov bez medzier

Zdôraznite predovšetkým dopad na zmenu vnímania značky alebo zmenu správania cieľovej skupiny. Uvedte či mala komunikácia vplyv na podnikanie, obchodné výsledky alebo reputáciu. Nesústreďte sa len na počet výstupov alebo mediálnu hodnotu, ale skôr na zasiahnutie cieľovej skupiny.

Viac ako 300 000 detí sme atraktívnou formou vzdelali v problematike, ktorá bezprostredne ohrozuje ich život a zdravie. Zároveň sme otvorili tému tejto problematiky pre verejnosť a Ministerstvo školstva, ktoré sa začali o danú tému viac zaujímať. Publikácie zaujali naozaj širokú verejnosť a prostredníctvom nášho firemného profilu na Facebooku a zákaznickej linky sme zaznamenali veľký dopyt na knižky od fyzických osôb, ako aj iných vzdelávacích inštitúcií.

PR komunikáciou a spontánnymi výstupmi médií, ktorých bolo viac ako 80 sme dosiahli AVE cca 150 000 €.

Spolu sme rozdali viac ako 300 000 výtlačkov kníh pre predškôlkárov a škôlkárov. Zároveň sú zdarma k dispozícii na stiahnutie nielen pre školy ale aj pre rodičov.



