

## **Mesto ožilo**

### **Vďaka OZ Ružomberčan sa vrátil aktívny život do Ružomberka.**

#### **1. ZHRNUTIE – do 500 znakov bez medzier**

Popíšte v krátkosti prihlásený projekt. Sústreďte sa na kľúčové faktory, ktoré viedli k úspechu. Vysvetlite porote, 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 máji 2017 spojili svoje sily MONDI SCP a Nadácia SUPRA a založili Občianske združenie Ružomberčan s cieľom vdýchnuť Ružomberku viac života. Dnes, len po 16-tich mesiacoch činnosti, je jeho členom už takmer každý piaty Ružomberčan a OZ radikálnym spôsobom aktivizuje obyvateľov mesta pod Čebraťom.

#### **2. VÝZVA A CIEĽ - do 800 znakov bez medzier**

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

OZ Ružomberčan malo ostrý štart. Na rozdiel od mnohých podobných združení prišlo s reálnymi, hmatateľnými, širokospektrálnymi benefitmi pre občanov. Po úspešnom prvom roku nebolo jednoduché udržať nasadené tempo rastu počtu členov i aktivít. Cieľom bolo stať sa každodennou súčasťou života Ružomberčanov a dať ich každodennému životu ďalšie rozmery.

#### **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.

Plánom bolo ďalej rozvíjať komunitu a zvyšovať kvalitu života Ružomberčanov cez nové benefity, ktoré pokryjú čo najširšie portfólio potrieb a záujmov obyvateľov a meniť tak postupne atmosféru v meste – robiť Ružomberok šťastným mestom.

#### **4. REALIZÁCIA - do 1000 znakov bez medzier**

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

Postupne pribúdali ďalšie benefity – dnes môžu členovia OZ Ružomberčan chodiť zadarmo na ligový futbal, či basketbal, koncerty a ďalšie kultúrne podujatia, majú zvyhodnené cestovné v MHD a na mestskú plaváreň. V septembri však získalo OZ Ružomberčan ďalší, komunitný rozmer, a to vďaka spusteniu regionálnemu spravodajskému portálu [www.zijemvrk.sk](http://www.zijemvrk.sk). Na rozdiel od podobných médií prináša web vskutku pozitívne a neutrálne informácie, bez káuz a škandálov. Prináša informácie o dianí v meste, upútavky na akcie, reportáže či rozhovory so zaujímavými osobnosťami Ružomberka a blízkeho okolia.

#### **5. VÝSLEDKY - do 500 znakov bez medzier**

Zdôraznite predovšetkým dopad na zmenu vnímania značky alebo zmenu správania cieľovej skupiny. Uveďte 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.

Aktivity OZ Ružomberčan radikálne mení život v meste. Počet členov vzrástol medziročne za prvých 9 mesiacov roku 2018 takmer dvojnásobne. Zľava pre členov znamenala renesanciu

plávania v meste – plaváreň navštívilo medziročne až o 40 % viac ľudí (Ružomberok pritom nemá letné kúpalisko). Skvelý štart mal i portál ŽijemvRK.sk – v prvom mesiaci fungovania ho navštívili až 1200 Ružomberčanov denne. Vzrástla tiež návštevnosť športových podujatí. Ružomberok tak konečne žije. A Ružomberčania sú pozitívnejší.