

GRAYLING

Rodičia vs deti online
Projekt nominovaný do súťaže
PROKOP 2018

Rodičia vs deti online

Projekt prihlásený do súťaže PROKOP 2018

NÁZOV PRÁCE: Rodičia vs deti online

PRIHLASOVATEĽ: Grayling Slovakia, s.r.o.

ZADÁVATEĽ: Kaspersky Lab

KATEGÓRIA: B2C

KONTAKTNÁ OSOBA ZA PRIHLASOVATEĽA:

Monika Révayová, Grayling, monika.revayova@grayling.com

KONTAKTNÁ OSOBA ZA KLIENTA: Denise Pflock,

denise.pflock@kaspersky.com

RODIČIA VS. DETI ONLINE REALITA VS. OČAKÁVANIA



PRIEMERNÝ ČAS STRÁVENÝ NA INTERNETE



52 %
detí somarňuje s ľuďmi, ktorých pozná len online očakávaná rodičov: 34 %

PRVÝ PROFIL NA SOCIÁLNEJ SIETI (PRIEMERNÝ VEK)



64 %
detí sa zaregistrovali do sociálnej siete skôr ako dostali 12 rokov, čo je povolená min. veková hranica.



POČET PRIATEĽOV NA SOCIÁLNEJ SIETI



Oblasť profílu môže sledovať **28 %** detí ktorýchkoľvek množstva priateľov, odtiaľ rodičov je 13 %.

40%

mladých ľudí si myslí, že im rodičia neveria a majú dostatočnú pozornosť

41%

má pocit, že im nerozumejú

TO MÔŽE BYŤ DŮVOD, PREČO SA OČAKÁVANIA RODIČOV V NIEKOTRYCH PRÍPADOCH LIŠIA OD REALITY

ZHRNUTIE

Kybernetická spoločnosť Kaspersky Lab neustále **inovuje produktové portfólio**, pričom sa zameriava na bezpečnostné riešenia pre všetky segmenty, vrátane B2C.

Jednou z **najzraniteľnejších skupín sú deti vo veku 9-12 rokov**, ktoré sú v online svete vystavené mnohým nástrahám. Často tam nachádzajú únik aj z dôvodu nedostatku pozornosti alebo komunikácie s rodičmi.

My sme na to poukázali v kampani a prostredníctvom **lokálneho prieskumu** sme apelovali na rodičov, aby nepodceňovali hrozby a zaviedli bezpečnostné pravidlá, vrátane adekvátnej AV ochrany – **rodičovskej kontroly**.

VÝZVA A CIEĽ



CIEĽ:

Náš cieľ bol jednoznačný – **zvýšiť povedomie o produkte rodičovskej kontroly na lokálnom trhu a iniciovať verejný dialóg** o problémoch, ktoré si deti a rodičia prenášajú z virtuálneho sveta.



VÝZVA:

Produktov rodičovskej kontroly je na trhu mnoho. Navyše tu máme silného lokálneho hráča. **Ako sa odlíšiť od konkurencie a vyvolať záujem o tému**, ktorá je u nás často komunikovaná silnými ICT značkami?

STRATÉGIA A PLÁN

STRATÉGIA A PLÁN

- **Osloviť nezávislých odborníkov**, ktorí sa venujú detskej psychológii a skúmajú vplyv internetu na ich vzťahy v offline svete (IPčko)
- **Uskutočniť lokálny prieskum** s cieľom získať lokálne dáta na zvýšenie atraktivity (záujmu o tému) pre médiá.
- Na základe výsledkov prieskumu **iniciovat' verejnú diskusiu** so zapojením viacerých dotknutých strán.
- **Zapojiť do komunikácie médiá** – poskytnúť im lokálne dáta a prepojiť s odborníkmi.
- Zaistiť, aby v diskusii a výstupoch odznela **potreba AV riešení na zabezpečenie rodičovskej kontroly**.

REALIZÁCIA

Komunikačné aktivity prebiehali v troch fázach

Február

Marec

Apríl

Máj

Jún

Výber partnera – nezávislého odborníka (IPčko)

Oslovenie a briefing partnera – realizátor prieskumu

Príprava a realizácia prieskumu

Koordinácia na obidvoch trhoch – CZ & SK (s cieľom získať porovnávacie dáta)

Príprava **komunikačného plánu** – koordinácia aktivít s partnerom

Príprava reportu – **hodnotiaca správa z výsledkov prieskumu**

Tvorba základného **komunikačného naratívku a content plánu**

Príprava **sprievodných/ilustračných materiálov** (infografiky, blogy, tipy pre rodičov a pod.)

Media event – tlačová konferencia pre širší okruh médií (deň pred TK bola zrušená kvôli neúčasti klienta)

Príprava press-kitu, distribúcia TS, organizácia výstupov v TV a ostatných médiách (spontánne PR)

Príprava na diskusiu (event management a príprava na live-streaming – v réžii IPčka)

Media follow-up aktivity (odpovede médií, dodatočné informácie, materiály)

Organizácia **verejnej diskusie** (moderované novinárkou z Denníka N a za účasti renomovaných psychológov/expertov) – live streaming v réžii IPčka – **zapojenie INFLUENCERA** (youtuber)

Priebežná **social media kampaň partnera** (IPčko), resp. zapojených strán

VÝSLEDKY

24+ Celkový počet
uverejnení počas
kampane

4,5 mil

Total reach v
čase hlavnej
kampane

75%

Výstupov v
Tier 1
médiách

75%
Tier 1



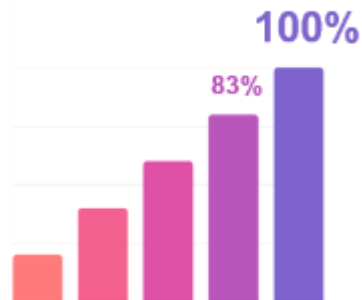
Share of Voice

Kaspersky Lab: **100%** výstupov

IPčko: **83%** výstupov

Zoran Puškovič (Kaspersky): **35,7%** v Tier 1

Marek Madro (IPčko): **42,9%** v Tier 1



v
35,7%
Citovaný
zástupca
Kaspersky
Lab





Prílohy

Kľúčové assets

RIZIKOVÉ SPRÁVANIE MLADÝCH ONLINE

Byť bezpečne online

Napovedá mladých rodičov, ako zostať bezpeční online. Poskytuje tipy, ako sa vyhnúť nebezpečenstvám online, ako sú: neznámi ľudia, podvodníci, phishing, identity theft, sexuálne zneužitie, zneužitie osobných údajov, identity theft, sexuálne zneužitie, zneužitie osobných údajov.

Nie si nechávať online ak

Si nechať, ak nevedíš, kto má prístup k tvojim údajom, ak nevedíš, ako sa chrániť pred phishingom, ak nevedíš, ako sa chrániť pred identity theftom, ak nevedíš, ako sa chrániť pred sexuálnym zneužitím, ak nevedíš, ako sa chrániť pred zneužitím osobných údajov, ak nevedíš, ako sa chrániť pred identity theftom.

199 MLADÝCH LÚDI
(CC, SK)
12-16 rokov



100 RODIČOV
(CC, SK)
22-37 rokov



Mať dobrý vzhľad

Učenie, ktoré pomáha deťom byť bezpeční online. Získajú prístup k informáciám, ktoré im pomáhajú byť bezpeční online. Pomáha im byť bezpeční online a naučiť sa, ako sa chrániť pred nebezpečenstvami online.

ČIŤ LEPSIE VZŤAŤ A TYŤ BEZPEČNĚJŠÍ A MALI MENŠIE PROBLÉMY

ČO ROBIA MLADÍ ONLINE

Zábava vs. Informácia

Zábavné video • Na záhradu
Zábavné filmy • Na záhradu
Zábavné video • Zábavné filmy
Na záhradu • Na záhradu

Komunikácia a sociálne siete

88% mladých komunikuje online
50% mladých si píše s ľuďmi, ktorých osobne neznajú
88% mladých si susední ľudia
a dospelých na sociálnych sieťach

Primerané výdavky: 1. najvyššie na sociálne siete - 93,3%
Sociálne siete - 93,3%
Primerané počet prístupov: 12 - 20
Primerané počet prístupov: 12 - 20

Hry

54% mladých
11% dospelých

Sekundárne

80% mladých sa zúčastňuje na prírodných
80% mladých sa zúčastňuje na prírodných
80% mladých sa zúčastňuje na prírodných



Základná infografika k blogom IPčko.sk (publikované aj na SME.sk)

Základná infografika spracovaná z kľúčových výsledkov prieskumu

RODIČIA VS. DETI ONLINE REALITA VS. OČAKÁVANIA



PRÍEMERNÝ ČAS STRÁVENÝ NA INTERNETE

172 min

96 min

168 min



52%

detí komunikujú s ľuďmi, ktorých pozná len online očakávajú rodičov: 34%

PRVÝ PROFIL NA SOCIÁLNEJ SIETI (PRÍEMERNÝ VEK)

10,16

11,33



64%

detí sa zameriavajú na sociálnu sieť, akú dostávajú 12 rokov, čo je povolená veková hranica.



POČET PRIATELOV NA SOCIÁLNEJ SIETI

252

96

143

37

28%

detí akokoľvek má priateľov, odhad rodičov je 13%.

40% MLADÝCH LÚDI SI MYSLÍ, ŽE IM RODIČIA BEVENUJU DOSTAČOČNŤ POZORNOSŤ

41% MÁ PŮCH, ŽE IM NEROZUMEJÚ

TO MÔŽE BYŤ DÔVOD, PREČO SA OČAKÁVANIA RODIČOV V NIEKTORÝCH PRÍPADOCH LIŠIA OD REALITY



© 2018 Kaspersky Lab. All rights reserved. Global Cybersecurity Company

Zdroj: Prieskum spoločnosti Kaspersky Lab "Správanie sa mladých ľudí a ich rodičov v online prostredí" realizované v spolupráci a psychopedologické poradenstvom IPčko.sk a Modra Linka vo februári 2018 medzi 100 dospelými a stovkami mladých ľudí vo veku 12 - 30 s ich rodičmi.

Výsledky - TV interview na TA3 a verejná diskusia v Satori Stage



TV Interview – TA3, Marek Madro, IPčko v v rozhovore na tému online riziká (iniciované na základe publikovaných výsledkov prieskumu)



Verejná diskusia v Satori Stage – v réžii IPčka , panelová diskusia k výsledkom prieskumu za účasti renomovaných psychológov, youtubera (Zlý Zajo) a zástupcu prieskumnej skupiny. Moderuje reportérka z Denníka N – vysielané ako LIVE-STREAM

Výber z mediálnych výstupov

KASPERSKY LAB: 64 % TEENAGEROV SI VYTVORILO PROFIL NA FACEBOOKU UŽ V 9 ROKOCH

A už 75 % detí zdieľa svoje fotografie, nemá zábrany informácie o tom, kde sa práve nachádzajú.



Spoločnosť

Štúdio TA3: M. Madro a K. Kleiman o rizikách internetu

18.4.2019 08:16 | zdroj: TA3 | zdroj: foto: TA3

Máte doma dospievajúce dieťa? Ak áno, tak s najväčšou pravdepodobnosťou používa internet. Viete, čo na internete robí, prípadne s kým komunikuje? Ak nie, pozrite si Štúdio TA3 s riaditeľom OZ Ipčko Marekom Madrom a psychologom Karolom Kleimanom, ktorí nám o rizikách internetu porozprávajú viac.

The background of the slide features a light beige color with several overlapping, semi-transparent geometric shapes in shades of gray and white, creating a modern, abstract design.

GRAYLING

Contact us

Monika Révayová
Deputy Managing Director
monika.Revayova@grayling.com
+421 915 759 467