



AMES ROOM

Spoločnosť Lidl Slovensko sa rozhodla zamerať na tému rovnosti príležitostí na pracovnom trhu. Ženy totiž v súčasnosti zarábajú za rovnakú prácu približne o 20% menej, než muži. Lidl tento rozdiel nerobí, preto sa tento fakt rozhodol ilustrovať formou optickej ilúzie. Vzniká tak Ames room - miestnosť, v ktorej sa dvaja rovnako vysokí ľudia javia ako postavy rôzneho vzrastu. Táto ilúzia sa objavuje v online videách, v TV spote a samotnú miestnosť si môžu fyzicky vyskúšať aj zákazníci, či zamestnanci diskontu pri jeho prevádzkach.





Výzva a cieľ

Cieľom bolo podporiť verejnú diskusiu o rovnosti príležitosti v zamestnaní a poukázať na to, že jeden z najväčších zamestnávateľov na Slovensku ponúka na rovnakej pozícii rovnaký plat, bez ohľadu na

pohlavie zamestnanca. Výzvou bolo správnym spôsobom zasiahnuť cieľové skupiny a efektívne využiť kreatívnu ideu – optický klam a prenesenie jeho významu. Dôraz sme kládli na budovanie

zamestnávateľskej značky – potenciálni zamestnanci tak mohli vnímať, že nerovnosť plátov mužov a žien na rovnakých pozíciách v Lidli neplatí a spoločnosť má férové podmienky pre každého.



Stratégia a plán

Téma podmienok žien v práci už dlhobojšie v spoločnosti rezonuje, preto sme k zadaniu pristúpili s kreatívnym zámerom a použili sme optické ilúzie – dynamická v Ames room

a statická na vizuáloch. Komunikácia bola dlhodobá s využitím rôznych komunikačných kanálov: online, print, TV, event PR, interná komunikácia.

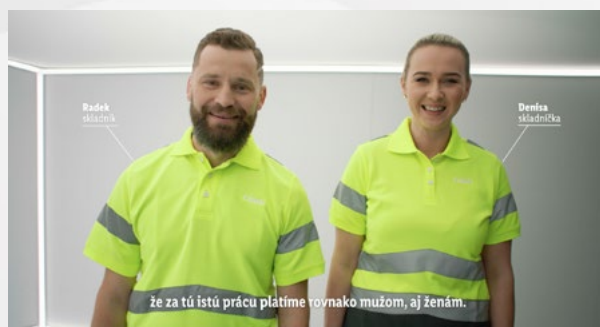


Realizácia

Kampaň mala viac fáz. Začala v priebehu júna, kedy sa v online a printových médiách objavili vizuály a spoty s vizuálnou metaforou na tému „Rovnosť platov“, kde vystupovali dvojice

zamestnankýň a zamestnancov na rovnakých pozíciách, samozrejme s rovnakým platom. Videospot s Ames room dostal aj televízny priestor. Začiatkom septembra sme odštartovali turné s Ames

room po viacerých slovenských mestách – Bratislave, Seredi, Nitre a Moste pri Bratislave, kde sme využili event PR. Tu si mohli optickú ilúziu vyskúšať aj zákazníci či široká verejnosť.



>> Ames room



Výsledky

Optickú ilúziu Ames room si v štyroch mestách užilo 1 250 návštevníkov, v médiách malo možnosť vidieť printové a online výstupy 1 989 435 recipientov a na sociálnych sieťach LinkedIn, FB a IG bolo dosiahnutých 1 108 482 impresií. V rámci

náboru nastúpilo v porovnaní mája 2021 a decembra 2021 83 nových zamestnankýň. Na vedúcich pozíciách má Lidl, narozdiel od iných zamestnávateľov, viac žien ako mužov – konkrétne ide o 55%.

