
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nový web Nadace Leontinka baví i vydělavá

Klient:

Nadace Leontinka

Agentura / Přihlašovatel:

Ogilvy

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.6 Digitální komunikace

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Natálie Sedláčková

Firma/organizace: Ogilvy, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Obav a smutku je všude dost,* kdo chce v nezisku zaujmout, měl by vsadit na pozitivní tonalitu. To bylo východiskem pro změnu vizuální identity Nadace Leontinka, která se promítla i do zcela nově pojatého webu. Ten kromě veselejšího designu a svěžšího copy nabízí více fundraisingových příležitostí a díky technologiím navíc umožňuje návštěvníkům podívat se na svět očima lidí s postižením zraku.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V souvislosti s novým vizuálním stylem Nadace Leontinka bylo nutné změnit i její webové stránky. Redesign byl vhodnou příležitostí podívat se z uživatelského hlediska na jeho obsah, strukturu, jazyk, navigaci, a vytvořit více příležitostí pro získání finančních příspěvků.

Web se primárně zaměřuje na potenciální dárce (firmy, jednotlivce, partnery projektů), kteří už Nadaci Leontinka někde zaregistrovali a rádi by zjistili více informací o tom, co přesně dělá.

Strategie:

Nový vizuální styl nadace se odklonil od kontrastu světla a tmy, který sice reprezentuje svět nevidomých, ale také působí depresivně. I web proto ožil barvami a probudil k životu holčičku, kterou má nadace v logu. Svým odlehčeným, ale dětsky upřímným jazykem seznamuje veřejnost s radostmi a trápeními dětí, které špatně vidí. A také si bezelstně říká o peníze.

Tvůrci webu reagovali na aktuální trendy ve fundraisingu, který se masivně přesouvá do online prostředí: více způsobů, jak organizaci podpořit, jednoduchost příspěvku na pár kliků, propojení s důvěryhodnými online dárcovskými platformami a vztahový nebo také peer-to-peer fundraising (Pomáhej se mnou, Hecni kamarády, Zapoj firmu).

Nástroje a aktivity:

1. Uživatelský update

Nový web je responzivní a na základě UX analýzy má jednodušší strukturu a navigaci, včetně zvýrazněných tlačítek prokliků. Web získal na uživatelské přívětivosti a přehlednosti.

V souvislosti s uživatelskými trendy jde nyní obsah více k jádru věci a zohledňuje, co o sobě nadace potřebuje říct a co chce, aby lidé udělali

2. Důraz na fundraising

Velkým posunem ve stylu komunikace Nadace Leontinka je i přímočařejší a výraznější způsob, jak návštěvníkům webu nabídnout možnost přispět. Odkaz na platební bránu je zmíněn i v menu, pro jednodušší platbu je připraven i QR kód.

3. Real-time simulace oční vady pomocí filtru

Podívat se na svět nemocnými očima a zažít, jaké to je, umožňuje podstránka se simulátorem očních vad. Uživatele snímá kamera v jeho zařízení a upravuje obraz podle toho, jakou vadu si v menu vybere.

Výsledky:

Kromě marketingové TZ nebyl web podpořený žádnou kampaní. Od spuštění ho navštívilo přes 2 000 uživatelů, více než 1/5 jich klikla na Chci přispět, reálně pak přes platební bránu nebo bankovním převodem přispělo 44 dárců. Návštěvnost webu roste, z 90 % jde o nové uživatele. Na web přichází hlavně přes vyhledávače, kromě hlavní stránky si nejvíce čtou O nadaci, Příběhy Leontinky a Jak mohou pomoci. V průměru zde stráví 1 minutu a 35 vteřin, čas adekvátní tomu dohledat a přečíst informaci a provést další akci (kontakt, platba, oční simulátor).

<https://www.nadaceleontinka.cz/>

Weblinky:

<https://www.nadaceleontinka.cz/>, <https://ar.leontinka-prod.ogilvy.cra.zone/>