

---

## PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Týden pro Digitální Česko

Klient:

Úřad vlády - Kabinet místopředsedy vlády Ivana Bartoše

Agentura / Přihlašovatel:

Úřad vlády - Kabinet místopředsedy vlády Ivana Bartoše

Spolupracující agentura / subjekt:

agentura Miuza

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, politika

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

### Kontaktní osoba:

Jméno: Johana Pozděňová

Firma/organizace: Úřad vlády - Kabinet místopředsedy vlády  
Ivana Bartoše

#### Stručné shrnutí projektu:

Cílem projektu bylo upozornit na důležitost zvyšování digitálních dovedností v současném světě a ve spolupráci s partnery uspořádat v rámci jednoho týdne co nejvíce vzdělávacích akcí pro veřejnost. Nejtěžší bylo přesvědčit partnery z řad neziskových organizací, firem či vzdělávacích institucí, aby se k projektu připojili i přes jejich dosavadní, ne vždy pozitivní zkušenosti se státní správou. Nakonec se podařilo zapojit 103 partnerů, uspořádat 126 akcí, vyškolit 5300 osob.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

V ČR má aktuálně základní digitální dovednosti 60 % populace. Zároveň víme, že do roku 2030 bude až 90 % pracovních pozic tyto dovednosti vyžadovat. Proto jsme chtěli vybudovat každoroční vzdělávací akci pro veřejnost, koordinovanou státem, na jejíž organizaci se podílí aktéři z různých sfér a která bude mít za cíl upozornit na potřebu rozvoje digitálních dovedností.

Komunikačním cílem projektu bylo zvýšit povědomí o potřebě rozvoje digitálních dovedností, o Týdnu pro Digitální Česko, a o aktivitách partnerů. Dále bylo cílem prohloubit nová partnerství.

Pracovali jsme se 3 cílovými skupinami a jejich potřebami: Mladí lidé, kteří řeší potřebu bezpečnosti v online světě. Produktivní populace, která řeší otázku měnícího se trhu práce a svého uplatnění na něm. A senioři, kteří se snaží ve světě digitálních technologií neztratit.

#### Strategie:

Vycházeli jsme z toho, že vizuál a sdělení musí zaujmout, vzbudit zvědavost, emoce a ideálně vést k zamyšlení. Pro každou cílovou skupinu jsme připravili unikátní motiv, kde hlavním prvkem je tvář dané cílové skupiny, která se dívá přímo na diváka, a otázka v bublině, kterým ho vtahuje do problematiky. Odpovědí na text v bublině je pak jednotící prvek kampaně, a to slogan "Budoucnost je digitální" a odkaz na web. Vizuál doplňují grafické prvky z webu propojující všechny kanály.

#### Nástroje a aktivity:

Komunikaci jsme spustili na sociálních sítích, kde jsme se zaměřili na představení partnerů a jejich aktivit v rámci Týdne. Měsíc před zahájením jsme spustili osvětovou mediální kampaň v onlinu, přidali OOH plochy a nakonec rádiové spoty s cílem přivést lidi na web projektu. Využívali jsme také komunikačních kanálů našich partnerů. Pro novináře jsme uspořádali snídani, kde jsme Týden pro Digitální Česko představili a pozvali jsme je na slavnostní zahájení. Tam byli dále pozvaní partneři akce a influenceri. Akcí zahájil pan prezident Petr Pavel a vicepremiér Ivan Bartoš.

#### Výsledky:

Týden pro Digitální Česko se stal největší vzdělávací akcí v oblasti digitalizace v ČR. S více než 100 partnery se nám podařilo proškolenit 5300 účastníků, uspořádat 126 akcí ve 30 městech ČR, což dvojnásobně překročilo interní KPIs.

S mediálním rozpočtem 1,7 mio Kč se nám podařilo zasáhnout 1,3 mio unikátních osob skrz kampaň v rádiu s GRP 236%. Kampaň v onlinu měla celkový zásah 2,4 mio unikátů. PR aktivity vygenerovaly více než 20 výstupů v médiích, včetně výstupu na CNN News a živého vstupu pro ČT24.

78 % partnerů bylo spokojeno či spíše spokojeno se spoluprací a chce se zapojit do dalšího ročníku.

#### Weblinky:

<https://budoucnostjedigitalni.gov.cz/>, <https://budoucnostjedigitalni.gov.cz/archive-2023/>