
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Měníme osnovy

Klient:

Nadace Blízkobě, Nadace České spořitelny, Národní pedagogický institut ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Digital First Marketing Group

Spolupracující agentura / subjekt:

Adámek & Crew

Individuální kredity:

Martin Kukačka, Account manager, Digital First Marketing Group

Vendula Procházková, Content specialist, Digital First Marketing Group

Stanislav Adámek, Videomaker, Adámek & Crew

Martin Brhel, Performance specialist, Digital First Marketing Group

Juliana Jiříková, Performance specialist, Digital First Marketing Group

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.7 Informační a osvětové kampaně

Oborové kategorie:

II.6 Neziskový sektor

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Martina Koblížková

Firma/organizace: Digital First Marketing Group

Stručné shrnutí projektu:

Vyjmenovat láčkovce, určit druhy vedlejších vět, učit se věci odříkat nazpaměť bez kontextu. Tohle už dětem nebude stačit, aby uspěli v dnešním světě. Projekt Měníme osnovy propojil neziskové i státní instituce, odborníky na vzdělávání a rodiče a otevřel veřejnou diskuzi o tom, jak by mohlo a mělo vypadat české vzdělávání.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Ministerstvo školství a Národní pedagogický institut ČR připravuje nový Rámcový vzdělávací program. Díky němu dětem na základních školách ubude šprtání letopočtů a informací bez širšího kontextu. Naopak získají prostor pro rozvíjení dovedností, které jim pomohou zorientovat a uplatnit se v dnešním dynamickém světě. Přes 60 % rodičů se ale změny obává.

Cílem je zapojit rodiče napříč společnostmi do tématu vzdělávání. Vzbudit v nich zájem, srozumitelně vysvětlovat, co bude změna v praxi znamenat. Pojmenovávat jejich obavy a na pozitivních příkladech z českých i zahraničních škol ukazovat, že nový způsob vzdělávání bude pro jejich děti přínosem.

Strategie:

Vznikla jednoduchá, ale komplexní kampaň, která otevřela diskuzi nad nesmírně důležitým celospolečenským tématem, jakým vzdělávání je. Propojili jsme rodiče, desítky odborníků z neziskového sektoru, lidi z byznysu a pro celý projekt získali záštitu ministerstva školství.

Díky tomu se nám podařilo vytvořit obsahově nabitě platformy, které rodičům podávají ucelené informace a dávají jim možnost se v plánovaných změnách zorientovat, případně být jejich součástí. Protože moderní škola funguje na vzájemné spolupráci všech - dětí, učitelů i rodičů.

Informace skrz Měníme osnovy proudí oběma směry. Rodiče školáků získávají aktuální informace o plánovaných změnách. Srozumitelně, lidskou řečí odpovídáme na otázky, které si nejčastěji kladou. Odborníci z neziskových organizací a ředitelé škol a učitelé naopak získávají přehled, co rodiče zajímá a jak zlepšit vzájemnou spolupráci.

Nástroje a aktivity:

Vytvořili jsme jedinečnou identitu a jméno projektu, které odráží jeho podstatu: Měníme osnovy. Vytvořili jsme obsahový web, hero spot a další videa. S cílovou skupinou rodičů komunikujeme skrze sociální sítě, na které tvoříme edukační obsah. Projekt podpořily i slavné osobnosti jako Vojtěch Dyk, Jiří Mádl nebo Simona Babčáková a úspěšní čeští podnikatelé Martin Vohánka, Jan Školník, Tomáš Salomon nebo Ondřej Fryc.

Výsledky:

Komunikace na sociálních sítích a v online prostoru měla během čtyř měsíců přes 5 450 000 zhlédnutí a dosah více než 980 000 unikátních uživatelů. Web má přes 12 000 návštěv. Součástí kampaně je také PR, kde o nás napsali ve 43 mediálních výstupech bez placené podpory.

Uvědomujeme si, že školství se nedá změnit za čtyři měsíce. Proto v kampani a diskuzi pokračujeme. I díky tomu, že se nám dosavadní komunikací podařilo nadchnout a zapojit další partnery.

Weblinky:

<https://menimeosnovy.cz/>, <https://www.instagram.com/menimeosnovy/>, <https://www.facebook.com/menimeosnovy>