



HRVATSKA UDRUGA ZA
ODNOSE S JAVNOŠĆU

16. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2023.

Kategorija: Grand Prix za društveno odgovorno poslovanje

Naziv projekta: **Kako si?**

Agencija: Hrvatski Telekom i 404 agencija

Razdoblje realizacije projekta: od 6. prosinca 2022. do kraja godine

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Posljednje godine obilježili su pandemija, potresi, rat u Ukrajini zbog kojih je briga o mentalnom zdravlju još važnija. Istraživanje psihologa sa zagrebačkog Filozofskog fakulteta na više od 4.280 osoba pokazalo je kako je 20% ispitanika u doba pandemije imalo jaku razinu depresivnosti, a 18% visoku razinu tjeskobe.

Ciljevi: Opći cilj bio je podizanje svjesnosti o važnosti mentalnog zdravlja i osobnog angažmana u komunikaciji s bližnjima. **Specifični ciljevi** bili su; sudjelovanje minimalno 3 ključna stručnjaka za mentalno zdravlje u kampanji; doseg: 3 milijuna; mediji: 50 objava; serijal edu-vidoa: 50.000 pregleda 1 500.000 impresija; interno: 33% veća čitanost 'Kako si?' članaka vs intranet prosjek, sudjelovanje 20% zaposlenika u 'Kako si?' donaciji, 10% zaposlenika preuzima 'Kako si?' e-mail potpis; benchmark: 5% 'good feeli 'liking' kampanje iznad DT standarda.

Provedba: Kampanju smo predstavili na konferenciji za medije na kojoj su prezentirani i rezultati istraživanja. U sklopu konferencije održana je i panel rasprava na kojoj su sudjelovali vodeći stručnjaci iz područja psihologije i sociologije - prof. Nataša Jokić-Begić s zagrebačkog Filozofskog fakulteta, prof. Tanja Sever iz Psihološkog centra Sever te prof. Neven Ricijaš s Edukacijsko-rehabilitacijskog fakulteta. Oni su odabrani ciljano kako bi se adresirala problematika mentalnog zdravlja i specifičnosti raznih društvenih skupina — djece i mladih, radne populacije te starijih. Prilikom strateškog osmišljanja kampanje dogovorena je i suradnja s neprofitnom Udrugom 'kako si?' koju čine mladi psiholozi pod mentorstvom prof. Jokić Begić. Očita pogođenost teme odrazila se u velikom interesu medija za dodatnim informacijama, kako podacima iz istraživanja tako i intervjuima/komentarima/izjavama HT-a i stručnjaka. U sklopu kampanje napravljen je i serijal od 15 edukativnih, korisnih videa, dostupnih svima na YouTube kanalu HT-a, a u kojima su psiholozi iz Udruge 'kako si?' govorili o ciljanim temama, tipičnim za pojedine društvene skupine; suočavanju s negativnim emocijama, *burnoutu*, osjećaju neuspješnosti, teškim gubitcima i sl. Božićna čestitka Uprave bila je koncipirana oko 'kako si' tematike, kao i službeni e-mail potpis zaposlenika. Organiziran je i BookClub susret, posvećen knjizi „Kako si?“ koja se bavi radom na osobnoj psihološkoj dobrobiti.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: 70% ispitanika češće će i iskreno pitati 'Kako si?'; porast javljanja klijenata Udruzi nakon kampanje uz porast klijenata koji prihvaćaju raditi s mladim članovima udruge (ostvarenje specifičnih ciljeva govori u prilog ostvarenju općeg cilja podizanja svijesti); u kampanji sudjelovali Nataša Jokić Begić, Tanja Sever, Neven Ricijaš + udruga 'kako si?'; ostvarene su 73 objave; doseg iznosi 3,2; na YT ostvaren je broj pregleda u iznosu od 65.000 (+30%) i 1.010.600 impresija; 55% (+22pb) veća čitanost 'Kako si?' članaka; sudjelovanje 23% zaposlenika u 'Kako si' donaciji; 16% (+6pb) zaposlenika preuzelo 'Kako si?' e-mail potpis; benchmark: 10% 'good feeli 'liking' kampanje.

Kreativnost i inovativnost: Površno pitanje 'Kako si?' stavljeno je u kontekst iskrene brige i dobilo je svoju pravu težinu. Kampanjom skrećemo važnost na identificirani problem u društvu, ali ujedno se nudi i prvi korak ka rješenju - velik dio problema može se identificirati u ranoj fazi, ukoliko svoje bližnje češće iskreno pitamo kako su. Također, kampanja promovira i realnu sliku života - svi smo suočeni s problemima, ali tu smo jedni za druge i zato je presudno o svemu otvoreno pričati, bez predrasuda, bez dopuštanja da stvari eskaliraju, a sve počinjete od nas samih i zato je bitno da se pobrinemo da su u naši bližnji i drage nam osobe dobro.