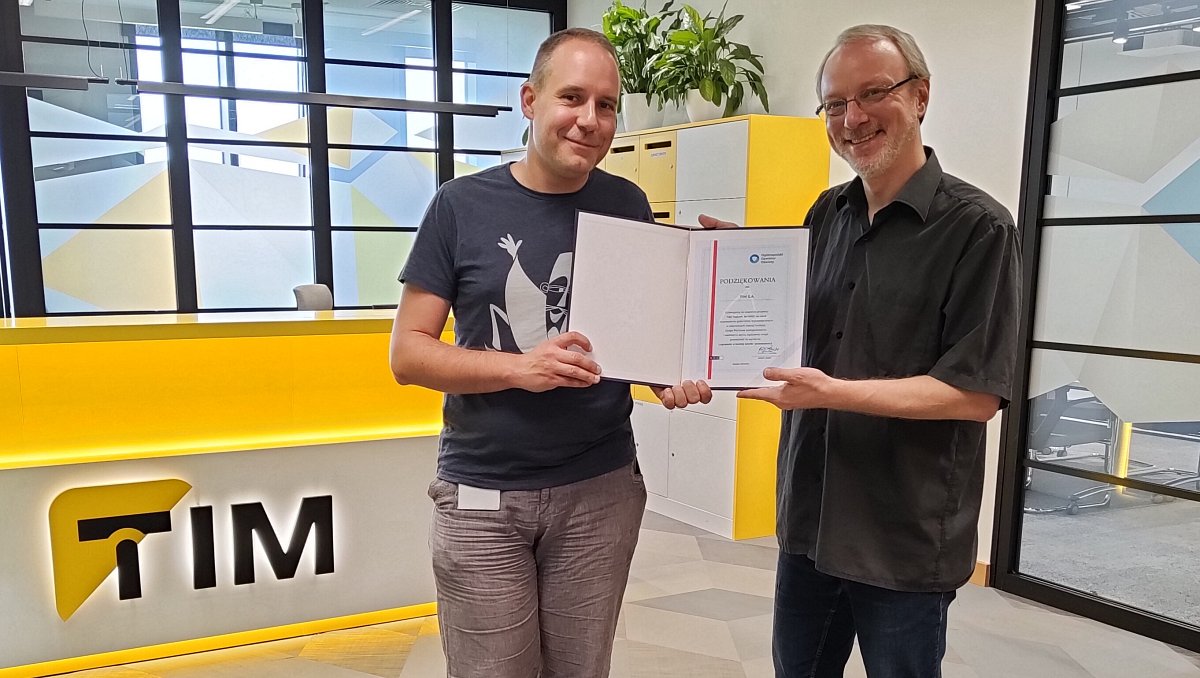
**Taki Tydzień, że OOO! Siedem dni nowatorskiej współpracy CSR**

**Kto powiedział, że Black Friday, Cyber Monday i Giving Tuesday mają być tylko raz w roku? A gdyby zrobić je latem? Czy bez obniżania cen można dać klientom w gratisie poczucie, że robią coś ważnego i potrzebnego? Fundacja edukacyjna Ogólnopolski Operator Oświaty i Centrum elektrotechniki dla profesjonalistów TIM.pl testowali w sierpniu 2023 roku nowatorską formułę współpracy biznesu z OPP.**



*Michał Kostrowicki z TIM SA i Bartłomiej Dwornik z fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty [fot. fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty]*

Temat potrzeb logopedycznych u dzieci, ich skali i konsekwencji rzadko przebija się do głównego nurtu informacyjnego. Tymczasem dotyczy **prawie 30 procent przedszkolaków i uczniów szkół podstawowych** w Polsce. Skutki zaniedbań mają konsekwencje nie tylko na co dzień – powodują wstyd, są obiektem drwin – ale przekładają się również na dorosłe życie.

**Potrzeba i pomysł**

Mając świadomość powagi sytuacji, fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty prowadzi w 67 przedszkolach i szkołach w Polsce program **„Logopeda w każdej szkole i przedszkolu”**. W placówkach OOO działają gabinety logopedyczne, od nowego roku szkolnego oferują bezpłatny dostęp do specjalistów dla 8000 dzieci. W ramach programu fundacja doposaża gabinety w profesjonalne materiały terapeutyczne i niezbędny sprzęt.

W sierpniu 2023 roku, fundacja OOO wspólnie z wrocławską firmą TIM S.A., właścicielem internetowego **centrum elektrotechniki dla profesjonalistów TIM.pl**, zorganizowały pierwszą edycję **Taki Tydzień, że OOO!** To akcja społeczna, której celem było dotarcie w nowatorski sposób do nowej grupy odbiorców z informacją o rosnącej skali **problemów logopedycznych**, z którymi borykają się dzieci w przedszkolach i szkołach podstawowych. Fundacja OOO i TIM S.A. wspólnie zwracali uwagę na wagę opieki logopedycznej i zapraszali do wspierania prowadzonego przez fundację OOO programu wyposażania gabinetów logopedycznych: **Logopeda w każdej szkole i przedszkolu**.

TIM S.A. zadeklarował także przekazanie na realizację programu 5 zł od każdej lampki biurkowej RIO marki GTV, sprzedanej w trakcie „Tygodnia”.

**Realizacja**

Taki Tydzień, że OOO! trwał od 21 do 27 sierpnia 2023. Powstał dedykowany projektowi, przygotowany wspólnie i brandowany landing page w internetowej domenie fundacji. Strona prezentowała cel i założenia współpracy CSR-owej:

l

Podawała dane na temat skali potrzeb logopedycznych w polskich szkołach i przedszkolach;

l

Promowała program Logopeda w każdej szkole i przedszkolu;

l

Prezentowała troskę Partnera TIM S.A. o potrzeby dzieci i zaangażowanie w niesienie im wsparcia;

l

Informowała odwiedzających o sposobach wsparcia programu, między innymi poprzez zakup produktów, biorących udział w projekcie Taki Tydzień, że OOO!

**Zobacz stronę projektu Taki Tydzień, że OOO!**

[**https://operator.edu.pl/pl/taki-tydzien-ze-ooo-tim-2023/**](https://operator.edu.pl/pl/taki-tydzien-ze-ooo-tim-2023/)

Do landing page kierowały graficzne banery na stronie głównej fundacji oraz link w menu.

l

Na landing page prezentowane były produkty, których zakup wspierał program fundacji.

l

Kliknięcie powodowało przejście do odpowiedniej karty produktu w sklepie internetowym TIM.pl.

l

Zamówienie i procedura płatności realizowana była w całości po stronie TIM.pl.

Linki do strony TIM.pl były jedynymi linkami wychodzącymi z landing page projektu, aby maksymalnie wykorzystać user-journey, czyli ścieżkę, po jakiej poruszać się może internauta odwiedzający stronę www. Kreacje i sposób prezentacji były uzgadniane przez partnerów już na etapie projektowania i akceptowane przed wdrożeniem.

TIM S.A. uruchomił także własny landing page z informacją o wspólnym projekcie oraz rozesłał mailing do wszystkich klientów, którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie komunikacji marketingowej. Do udziału i wsparcia gabinetów logopedycznych zachęcał także baner promocyjny na stronie głównej TIM.pl, a na kartach „tygodniowych” produktów na tydzień pojawił się baner informacyjny z hasłami CTA.

Fundacja udostępniła partnerowi niezbędne materiały graficzne, informacyjne i komunikaty. Kreacje były uzgadniane i akceptowane w miarę wdrażania.

**Promocja**

Skoordynowane działania promocyjne prowadzone były:

l

za pomocą komunikatów prasowych;

l

organicznie na Facebooku, Instagramie i LinkedIn;

l

w postaci kampanii promocyjnej w mediach społecznościowych.

Wyniki skumulowanych w krótkim oknie czasowym działań okazały się bardzo obiecujące dla budowania świadomości potrzeb logopedycznych u dzieci.

l

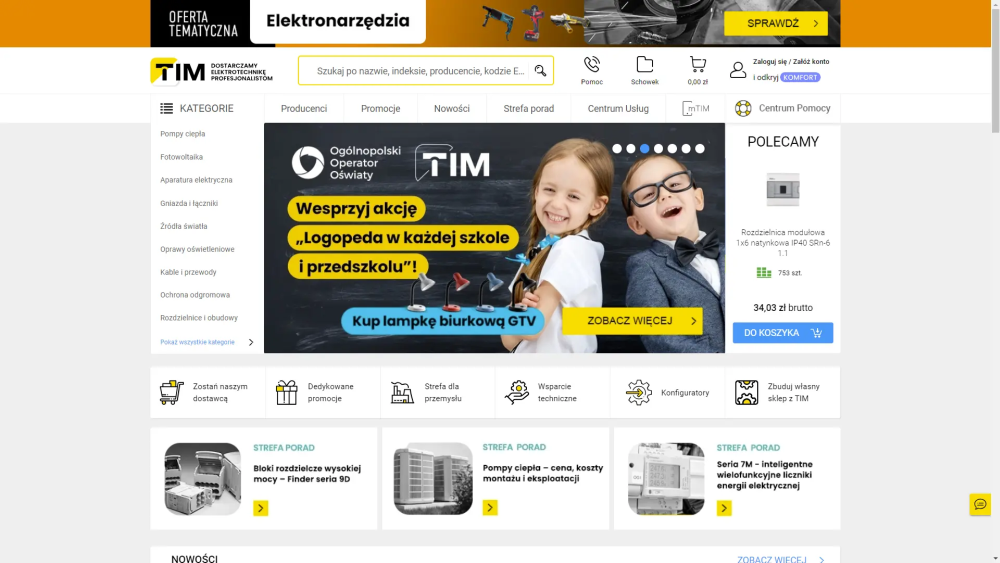
Fundacja OOO i TIM S.A. dotarły z informacją o trwającym projekcie do 641 208 odbiorców (skumulowane dane Newspoint, Meta, Google i systemów mailingowych)

l

W mediach ukazało się 36 publikacji o łącznym zasięgu 313 780 odbiorców i ekwiwalencie reklamowym 47 324 zł (za Newspoint)

l

Zasięg w mediach społecznościowych wyniósł 304 258 odbiorców (za Meta Business Suite).



**Efekty**

Pionierski projekt współpracy fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty i TIM S.A. miał głównie charakter komunikacyjny i wizerunkowy, był też okazją do zebrania wniosków i wypracowania mechanizmów fundraisingowych. W obu obszarach **Taki Tydzień, że OOO!** potwierdził potencjał. Jego efekty to:

l

dotarcie w niekonwencjonalnej formule z informacją o ważnym problemie społecznym do nowej grupy docelowej: klientów znanego e-commerce;

l

budowanie świadomości programu Logopeda w każdej szkole i przedszkolu oraz marki fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty wśród klientów TIM S.A. i sklepu tim.pl;

l

wzmacnianie świadomości marki TIM u podopiecznych i partnerów fundacji OOO, wzmacnianie pozytywnego wizerunku TIM S.A. jako społecznie zaangażowanego biznesu z sercem;

l

promocja nowatorskich modeli współpracy biznesu i przedstawicieli NGO;

l

narzędzie dla partnera, do wsparcia sprzedaży produktów, biorących udział w projekcie.

Projekt pozwolił też zebrać dużo cennych wskazówek do wykorzystania przy kolejnych edycjach. Najbliższa planowana jest z okazji tegorocznego Black Friday, w dniach 24 listopada – 1 grudnia 2023.

*- Od kilku lat staramy się włączać naszych klientów w prowadzone przez TIM działania o charakterze społecznym. W branży e-commerce B2B, w której działamy, to zawsze spore wyzwanie, dlatego projekt Taki Tydzień, że OOO także dla nas stanowił pole do zdobycia nowych i bardzo ciekawych doświadczeń. Cieszy mnie również, że wspólnie zwróciliśmy uwagę na problematykę właściwej opieki logopedycznej w szkołach i przedszkolach. Urzekł nas entuzjazm i otwartość partnerów z Fundacji OOO. Dziękuję za zaproszenie do Takiego Tygodnia… Jestem przekonany, że to nie był nasz ostatni wspólny projekt – mówi* ***Michał Kostrowicki, menadżer ds. komunikacji korporacyjnej w TIM SA****, koordynujący w firmie działania z obszaru ESG.*

*- Pierwsza edycja projektu Taki Tydzień, że OOO! była dla nas dużym wyzwaniem i bardzo ciekawym doświadczeniem. Przecieramy nową dla fundacji ścieżkę współpracy z biznesem i jesteśmy bardzo zadowoleni z efektów. Dzięki zaangażowaniu partnerów z TIM S.A., doskonałej współpracy i komunikacji na każdym etapie, zebraliśmy mnóstwo doświadczeń i wiedzy na temat mechanizmów e-commerce i wykorzystania potencjału, jaki daje w działaniach społecznych -* ***komentuje Bartłomiej Dwornik, koordynator projektu z fundacji Ogólnopolski Operator Oświaty.*** *- Ta wiedza będzie procentować i pozwoli nam udoskonalać "Taki Tydzień" w kolejnych edycjach. Tak, aby oprócz nośnika ważnej informacji, stał się też skutecznym narzędziem fundraisingowym. Wspierającym realizowane przez nas programy edukacyjne i społeczne, a jednocześnie dającym wartość dodaną partnerom biznesowym. To był taki tydzień, że OOO! Jesteśmy wdzięczni zespołowi TIM S.A., że uwierzył w ten pomysł i pomógł nam go wprowadzić w życie!*

***Fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty*** *od 22 lat wspiera samorządy w realizacji zadań i projektów oświatowych. Fundacja jest organizacją pożytku publicznego. Prowadzi bezpłatne przedszkola i szkoły w całej Polsce. W 67 placówkach, prowadzonych obecnie przez fundację OOO, uczy się ponad 8200 dzieci.*

***TIM SA*** *jest liderem polskiego e-commerce B2B, prowadzącym największe w Polsce centrum elektrotechniki dla profesjonalistów TIM.pl. Klienci TIM-u zawsze łatwo zamawiają, krótko czekają i dostają wszystko, czego potrzebują: produkt, pomoc i wiedzę. Centrala TIM-u znajduje się we Wrocławiu, gdzie spółka powstała w 1987 r. Od 1998 r. jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.*

\*\*\*

Case study z pierwszej edycji projektu **Taki Tydzień, że OOO!** opublikowane zostało w raporcie „**Odpowiedzialni za przyszłość**”, opracowanym przez Wrocławski Park Technologiczny, fundację Pro Mathematica oraz agencję Insight. Premiera raportu miała miejsce w październiku 2023 roku, podczas konferencji **Liczymy się dla edukacji** we Wrocławiu.

Cały raport pobrać można ze strony: [https://odpowiedzialnizaprzyszlosc.pl](https://odpowiedzialnizaprzyszlosc.pl/)

\*\*\*

**Kontakt dla mediów:**

**Bartłomiej Dwornik**, fundacja Ogólnopolski Operator Oświaty

[b.dwornik@operator.edu.pl](http://operator.biuroprasowe.pl/word/?hash=fe35a2c0c9d12d48860888c2a3cc757c&id=202519&typ=eprmailto:b.dwornik@operator.edu.pl), +48 533 978 513, [GG:44866](https://operator.edu.pl/gadu-gadu)

**Michał Kostrowicki**, Menadżer ds. Komunikacji Korporacyjnej TIM SA

[m.kostrowicki@tim.pl](http://operator.biuroprasowe.pl/word/?hash=fe35a2c0c9d12d48860888c2a3cc757c&id=202519&typ=eprmailto:m.kostrowicki@tim.pl), +48 726 004 981

Informacje dla mediów i zdjęcia udostępniamy w fundacyjnym biurze prasowym: <https://operator.edu.pl/pl/dla-mediow/>