**Beztroski sukces kampanii BE7 i Grupy GPEC**

**Grupa GPEC dzięki Panu Beztroskiemu - brand hero stworzonemu przez Agencję Kreatywną BE7 – promuje i uświadamia mieszkańców o przewagach miejskiej sieci ciepłowniczej.**

Grupa GPEC i EDF Polska na początku stycznia 2016 r. rozstrzygnęła przetarg na lokalną kampanię Ciepła Systemowego. Wybór padł na rysunkową i lekką kreację Agencji Kreatywnej BE7 „Bądź beztroski – przyłącz się do Grupy GPEC”. Przekaz kampanii został ujęty w osobie Pana Beztroskiego, otoczonego przez strapione postacie mieszkańców miasta.

Kampania trwała 4 miesiące, a odpowiednio dobrane narzędzia komunikacji zaowocowały niemal 50% wzrostem zapytań o przyłączenie względem zeszłego roku oraz zwiększeniem świadomości o produktach Grupy GPEC i roli EDF Polska wśród mieszkańców.

Dwutorowa strategia komunikacji trafiła do ściśle określonych grup odbiorców. Grupa GPEC postawiła na komunikat bezpośredni: razem z Agencją BE7 zorganizowano 7 happeningów, spotkanie branżowe, 10 indywidualnych spotkań z mieszkańcami gdańskich dzielnic, a także 8 spotkań z reprezentantami rad dzielnic. Z akcją edukacyjną skierowano się do zarządców w pierwszej części trwania kampanii. Po przygotowaniu decydentów na wzmożone zainteresowanie wśród mieszkańców skierowano się już do bezpośrednio zainteresowanych. Wszystkie spotkania cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem.

Działaniom bezpośrednim towarzyszyła kampania prowadzona w Internecie (dedykowana strona www, AdWords, social media) oraz w mediach tradycyjnych (ulotki, plakaty, reklamy i inserty prasowe, radio). Jej informacyjny i edukacyjny charakter uzupełniały publikacje artykułów o charakterze społecznym.

Poszczególne metody dotarcia zanotowały znaczny wzrost zainteresowania względem roku poprzedniego. Dość spektakularne okazały się działania internetowe - będące głównym źródłem wiedzy o możliwości przyłączenia do Ciepła Systemowego. Kampania internetowa odnosiła zainteresowanych na dostosowaną do grup docelowych stronę www, notującą ok 60% wzrostu odwiedzin strony w stosunku do 2015 roku.

Wyniki kampanii to nie tylko liczby. Działania w mediach spowodowały wzrost świadomości o szkodliwości tzw. niskiej emisji – trującej konsekwencji korzystania z pieców węglowych oraz uświadomienie istnienia alternatywy. Kampania przyczyniła się do wsparcia działań społecznych podejmowanych przez Straż Miejską czy WFOŚiGW Gdańsk związanych z ograniczeniem emitowania trujących pyłów i gazów do gdańskiego powietrza.

BE7 wraz z partnerami - Grupą GPEC i EDF współpracuje ściśle już od 3 lat, z sukcesem realizując kolejne projekty promujące usługi i produkty grupy.