

PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Cena Edwards 2016

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

Edwards, s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ne

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace/Corporate Communications, I.7 Digital & social media

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události/Events

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

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Andrej Baňčanský

Funkce: Consultant

Firma/organizace: Hill+Knowlton Strategies s.r.o.

Ulice: Václavské náměstí 775/8

Město: Nové Město Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420 724 666 604

Fax: x

E-mail: andrej.bancansky@hkstrategies.com

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Hill+Knowlton Strategies s.r.o.

Ulice: Václavské náměstí 775/8

Město: Nové Město Praha 1

PSČ: 110 00

Stát: Česká republika

IČ: 44849044

DIČ: CZ44849044

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Splnili jsme sen každého zaměstnavatele: aby se mu zájemci hlásili sami! Budování značky a reputace je v době ekonomického růstu klíčové, protože na trhu práce zaměstnanci chybí. Cílená komunikace podpoří a do velké míry může nahradit agenturní vyhledávání talentů. Agenturu jsme nahradili Cenou Edwards, kreativní soutěží pro studenty VŠ. A hlásili se sami.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vytvořit komunitu talentovaných studentů VŠ technického a ekonomického směru v regionu Moravy, ze které mohou vzejít kvalitní noví zaměstnanci. Podpořit Employer Branding klienta mezi absolventy jako špičkové technologické firmy podporující nápady a inovace studentů. Založit tradici Ceny Edwards.

Strategie:

Navázat komunikaci se studenty kreativním způsobem přes média, na kterých „jsou doma“ a namotivovat je, aby měli důvod a zájem komunikovat. Cenu Edwards jsme vytvořili tak, aby byla pro studenty lákavá při prvním kontaktu svojí hravostí, odborně, svým obsahem, a studenti pocítili, že jejich úsilí je ohodnoceno, a to nejen finančně, ale i dodáním prestiže jejich práci. Současně jsme zvyšovali profil brandu. Druhá fáze se soustředila plně na komunikaci brandu a navázání vztahu s cílovou skupinou. Ve finální fázi jsme vztah mezi cílovou skupinou a brandem upevnili účastí v soutěži, procesem hodnocení prací a vyhlášením výherců. Na tomto vztahu nyní budujeme tradici Ceny Edwards (druhý ročník 2017) a další profilaci brandu jako součást Employer Branding. Realizace 04-10/2017.

Nástroje a aktivity

1. Cena Edwards, kategorie Technika a Ekonomie a podnikání. Diplomové práce hodnotila porota odborníků Edwards. Mezi výherce Edwards rozdělil 73.000 Kč. Profilace Managera pro ČR (předávání cen), posílení brandu (exkurze výherců ve firmě: CSS Brno, výrobní závod v Lutíně).
2. Microsite s kreativní grafikou a slogany komunikující s cílovkou (využití konceptu hry, zdůraznění schopností, motivace příkladem, kombinace global/local: Dokážeš totéž jako Steve Jobs, Tomáš Baťa).
3. FB - aktivní komunikace a advertising na sociálních sítích. Podpora microsite.
4. Roznáška po cílových školách: Plakáty A2; Letáky A5.
5. Přímé oslovení influencers: studentských spolků, studijních oddělení a pedagogů.
6. Tiskové zprávy - při zahájení a při vyhlášení výsledků.
7. Využití výherců 2016 jako ambasadorů a influencerů v následné komunikaci a propagaci ročníku 2017.

Výsledky:

O 100% jsme překročili zadání klienta v počtu získaných kvalitních diplomových pracích. Zadání bylo 15 přihlášených prací, my jsme získali 29, tedy 2x více.

O 200% jsme překročili zadání klienta v počtu oslovených univerzit a VŠ. Zadání bylo 4, my jsme zapojili celkově 13.

O 200% jsme překročili zadání klienta v počtu cílených zemí. Zadání bylo ČR, my jsme zapojili 7 univerzit a VŠ v ČR, 5 na Slovensku (i jednu zahraniční, Utrecht University School of Economics).

Earned media propagace na FB profilech škol a institucí (EUBA, MENDELU, MUNI, STU, SUS, UTB, VŠB, VUT, ZUZ)

Earned media na studentských a školních webových portálech (FEL.CVUT.CZ, MENDELU, MUNI, UTB, VŠB, VUT)

Weblinky:

<http://cenaedwards.cz/> , <http://facebook.com/cenaedwards>