

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

5. ročník soutěže Kanceláře roku

Projekt byl navržen a proveden pro:

Radkem Procházkou pro Prochazka & Partners

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Prochazka & Partners s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

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: Jakub Salát

Firma/organizace: Prochazka & Partners

**Stručné shrnutí projektu:**

5. ročník soutěže Kanceláře roku získal rekordní mediální pokrytí za dobu svého konání – celkem 99 mediálních výstupů s dosahem 9,6 mil. osob (denní počet RU, čtenost, poslechovost). O vítězích napsala všechna média s největší čteností v ČR a pokryla je ve večerních zprávách i FTV Prima a v ranní show České televize. Soutěž se komunikuje v etapách: registrace a vyhlášení vítězů. Soutěž je hlavním marketingovým B2B nástrojem společnosti Prochazka & Partners.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Prochazka & Partners poskytuje poradenství v oblasti komerčních realit – kanceláří a skladů. Má i své vlastní architektonické studio a projektové manažery, kteří vedou stavby nejen kanceláří.

Z toho důvodu Radek Procházka založil soutěž Kanceláře roku, která má za cíl propagovat skvělé pracovní prostředí, jako nástroj, kterým se pečuje o kvalitní zaměstnance a dále šířit osvětu mezi firmami na téma kvalitního pracovního prostředí.

Cílovou skupinou jsou firmy nad 100 zaměstnanců, které sídlí v tzv. áčkových budovách primárně v Praze a Brně (moderní administrativní centra typu Florentinum, Bořislavka, Brno Vlněna apod.).

**Strategie:**

Firmy soutěží zdarma v rámci 10 kategorií, které pokrývají jak segmenty podnikání (např. IT Kanceláře roku), tak moderní trendy (např. Hybridní kanceláře roku). Díky tomu prohlubujeme vztahy s klienty v rámci B2B segmentu (který činí v ČR v kancelářském oboru cca 3-5 tisíc firem, na které cílíme). Nejčastěji mají firmy 5letý byznysový cyklus, který je určen délkou nájemní smlouvy. Každý rok soutěž vyprodukuje cca 100 přihlášek a 10 vítězů v rámci segmentu B2B.

**Nástroje a aktivity**

Event Management – uspořádání galavečera v prostorách Žofína pro cca 350 hostů, na kterém se vyhlásí vítězové. Pro účastníky pořádáme ještě v září „Koloběžky“, kdy se díváme do vítězných interiérů v Praze a Brně.

Public relations – media relations a barterové mediální partnerství se 4 vybranými oborovými médii. Cílem PR je informovat o výsledcích soutěže. Vzhledem k budgetu nenakupujeme reklamu v médiích.

Online marketing – MailChimp newsletter, Google Ads, Facebook reklama. Cílem reklamy je přinášet registrace do soutěže.

Offline marketing – bigboardy a billboard. Tištěná fotokniha s vítěznými realizacemi v nákladu 200ks pro obchodní účely. PDF varianta ke stažení online (s cílem komunikovat se zájemci emailem).

**Výsledky:**

Media – 99 mediálních výstupů s celkovým dosahem 9,6 mil.

Eventy: Galavečer na Žofíně pro 350 osob (Velký sál a zahrada 17/6/2021) (video) + koloběžky v Praze a Brně (30 osob každý event) (video).

Inzerce (barterová forma v odborných partnerských médiích, např. Estate). Billboardy, které má PP ve stálem ročním nájmu (výměna za vizuály KR) Mailchimp OR/CR – dvě kampaně (registrujete se do soutěže: 31,3%/3,3% a pozvánka na galavečer 55,9%/23,6 %).

Byznysově – zvýšení povědomí mezi B2B, díky čemuž jsme začali dosahovat o 20-30 % většího „closing rate“ u akvizic. Za 5 ročníků 1000 firem pozvaných v rámci niche o velikosti 3000 – 5000 B2B firem.

Fotokniha – 200 tištěných kusů, ke stažení jako PDF po vložení.

**Weblinky:**

<https://www.kancelareroku.cz>, <https://www.prochazkapartners.cz>