
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nová cesta k lokálním informacím jako klíč k úspěchu

Klient:

Capgemini Czech Republic

Agentura / Přihlašovatel:

PRAM Consulting

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Patrik Schober, Managing Partner, PRAM Consulting

Mária Romanczinová, Account Manager, PRAM Consulting

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business, I.6 Budování vztahů s médii

Oborové kategorie:

II.4 Technologie (ICT)

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Veronika Zahradníková

Firma/organizace: PRAM Consulting s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Firma Capgemini čelila nízké interakci ze strany lokálních obchodních partnerů. Přišli jsme proto s novou cestou, jak i přes zákaz vytváření lokálního webu, nízký rozpočet a snahu o zachování korporátní identity, poskytnout lokální informace místním stakeholderům. Naše řešení, platforma Prowly Newsroom, umožnilo efektivně prezentovat obsah v češtině a přinést Capgemini během půl roku 900 registrovaných novinářů a partnerů, což otevřelo cestu k navazování nových kontaktů na lokálním trhu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Capgemini, jako většina globálních firem, má jednu webovou stránku pro všechny trhy a nejsou povoleny lokální weby. Hlavním cílem bylo představit klíčové aktivity a produkty Capgemini česky, v kontextu českého trhu a přitom posílit povědomí o značce a zájem o ni. Cílová skupina zahrnovala potenciální klienty, obchodní partnery a média, přičemž každý segment vyžadoval specifický přístup k obsahu, tak aby se docílilo maximální rezonance a angažovanosti.

Strategie:

Strategii jsme založili na využití platformy Prowly Newsroom, jež funguje nezávisle na hlavních korporátních stránkách. Tento krok umožňuje klientovi šířit informace o nových produktech, světových studiích a mediálních výstupech, navíc posiluje angažovanost cílové skupiny prostřednictvím funkce odběru novinek. Oproti jiným nástrojům jsme získali statistiky, které po srovnání s monitoringem přinesly cenné informace o zajímavosti témat míře prokliku. Integrovaný sběr kontaktů na stránce slouží k rozvoji marketingových a obchodních strategií a flexibilita Newsroomu umožňuje pružně reagovat na aktuální dění a zajímavosti v oblasti IT a podnikání. Tím udržujeme obsah relevantní a zajímavý pro média i klienty Capgemini.

Nástroje a aktivity:

Capgemini Newsroom jsme nejdříve naplnili daty o společnosti, připravili jsme media kit obsahující veškeré starší tiskové zprávy, základní informace o společnosti, fotografie, představení vedení společnosti. Dále pravidelně veškerý komunikovaný obsah do něj nahráváme a to včetně publikovaných výstupů v médiích. Odkaz na newsroom jsme začali přidávat do všech TZ, newsletterů a v rámci postů na LinkedIn. Aktivity jsme navrhli tak, abychom maximálně využili potenciálu platformy a přivedli na stránky relevantní návštěvníky.

Výsledky:

Již v prvních šesti měsících po uvedení Newsroomu Capgemini v ČR jsme zaznamenali více jak 5 000 návštěv a 900 aktivních registrací z řad novinářů, zákazníků a partnerů a čtenost rozesílaných tiskových zpráv se zvýšila o 15 %. Na základě registrací a aktivního využívání kontaktů obchodní oddělení registruje desítky nových leadů. Zatímco obchodní oddělení tyto kontakty efektivně zapojuje do procesu generování obchodních příležitostí, Capgemini Newsroom umožňuje dále rozvíjet vztahy s klíčovými stakeholdery a posilovat svojí pozici na trhu.

Weblinky:

<https://we.tl/t-ZOpT6n7WN6>