
PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Čeští Honzové jdou do světa

Klient:

eBay

Agentura / Přihlašovatel:

PRAM Consulting

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Patrik Schober, Managing Partner, PRAM Consulting

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business

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:

eBay Academy, celosvětový vzdělávací formát, byl loni uveden i u nás s cílem edukovat místní „hloupé Hon-zy“ o tom, že i oni mohou jednoduše prodávat na globální úrovni. Výzvou jim však byly jejich obavy z přílišné administrativy a nízkého výdělku. Dali jsme si proto za cíl naplnit kurzy akademie. Kampaní jsme dokázali přilákat pozornost více než 200 nadšených prodejců, z nichž 18 se zúčastnilo hloubkového dialogu s představiteli eBay o budoucím růstu na hlavních světových trzích.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Hlavním cílem bylo zaplnit kapacitu šesti kurzů 200 stávajícími prodejci eBay s důrazem na menší a střední podniky v různých sektorech. Výzvou bylo oslovit je nepřímo, s ohledem na firemní pravidla i GDPR a vnuknout jim myšlenku, že prodávat globálně není složité.

Strategie:

Věděli jsme, že se nemůžeme spoléhat pouze na media relations. Strategie kombinovala všechny dostupné komunikační kanály včetně těch placených s call to action momenty. Ty měly za cíl přivést cílovou skupinu na landing page, na které bude dostatek informací o kurzu a ty budou cílovou skupinu natolik motivovat, že se zaregistruje do kurzu. Hlavním motivátorem pro prodejce jsme zvolili základní obchodní argumentaci postavenou na zvýšení prodeje a tím i zisku. Díky kurzu se měli dozvědět, jak se etablovat přes eBay na no-vých trzích a tím zvýšit své prodeje. Tematicky strategie byla postavená na motivaci prodejců/výrobců, že se mohou stát globální firmou.

Nástroje a aktivity:

V návaznosti na strategii a cíl zrušit paradigma o složitosti globálních prodeje, jsme v rámci media relations vysvětlovali co je eBay Academy. V rámci placené spolupráce s médii již konkrétně popisovali kurzy. Výstupy měly v sobě link na landing page. Placené články byly podporovány PPC kampaní a sponzorovanými posty na sociálních sítích. V komunikaci jsme využívali jak argumentaci lokální firma s globálními prodejci, tak i příklady ze zahraničí. Landing page byla rozhodující pro konverzi z návštěvníka na účastníka kurzu, resp. registraci. Kladli jsme zvláštní důraz na interaktivní prvky na landing page, které byly navrženy tak, aby přímo reagovaly na potřeby a očekávání naší cílové skupiny, resp. motivovaly k registraci.

Výsledky:

Naše měsíční kampaň předčila očekávání s více než 25 000 návštěvníky landing page. Z těchto návštěvníků se 864 zaregistrovalo, což vedlo k účasti 200 z nich a plného zaplnění šesti vypsání kurzů. Vytvořili jsme tak převis poptávky nad nabídkou a hlavní byznysový cíl byl splněn. Z nejlepších účastníků kurzů se rekrutovalo 18 do diskuzí s globálním manažerem pro rostoucí trhy. V rámci aktivit jsme klientovi pomohli uzavřít strategická partnerství a zajistili jsme publikaci 15 článků, které generovali traffic na landing page. Na sociálních sítích jsme dosáhli 12% engagement rate. eBay v dalších měsících pokračoval v práci i s dalšími zájemci a uspořádal několik dalších kurzů s cílem nadále posilovat vzdělávání prodejců.