

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Společnost Dimension Data je systémovým integrátorem a svou komunikaci cílí na manažery středních firem a velkých korporací. Komunikovaná témata společnosti jsou pro novináře těžko pochopitelná a do médií se přenáší v minimalistické a zestručněné podobě. Dimension Data chyběl komunikační kanál, který by napřímo oslovil cílovou skupinu. Nejprve jsme vydefinovali přesnou cílovou skupinu, pro kterou jsou řešení Dimension Data vhodná, a než abychom ji oslovovali přes články v médiích nebo inzerci, navrhli jsme komunikaci napřímo – vlastní webový magazín DD Connect. Díky jeho formě došlo k zapojení zákazníků do diskuse o tématech a o vyvolání zájmu o řešení Dimension Data. Cenu si zasloužíme za vytvoření přímého a fungujícího mostu mezi klientem (se složitými tématy) a zákazníkem (s minimálním časem). Pravidelně oslovujeme skupinu 3500 cílených zákazníků a za rok 2014 pomohl magazín uzavřít obchody v hodnotě 4,2 mil. Kč a otevřel obchodní příležitosti v hodnotě přes 13 mil. korun.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Rizikem bylo, že osoby na vedoucích pozicích mají minimum času pro čtení a nebudou mít o „další“ newsletter zájem. Jako příležitost jsme v projektu viděli práci s obsahem, výběrem vhodných témat jejich délky a grafického zpracování, které by jednak zaujalo čtenáře, a také umožnilo snadnou a rychlou orientaci v článcích. Pokud by čtenáři neměli o DD Connect zájem, klient by si tak uzavřel dveře pro tuto nenáročnou formu komunikace a musel by investovat do výrazně dražších forem.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Před zahájením projektu jsme s vytipovanou cílovou skupinou provedli elektronický průzkum, který měl odpovědět, jakým způsobem získávají informace pro svůj rozvoj. V rámci průzkumu jsme prezentovali i připravovaný projekt webového magazínu. Díky podpoře věcnými cenami jsme kromě vysokého procenta došlých odpovědí (35 %) získali i první desítky zájemců o magazín. Po vyhodnocení se ukázalo, že je zde skutečný zájem o formu přímé komunikace, s podporou seminářů nebo konferencí či osobní setkání. Další elektronický průzkum byl cílen na novináře, orientované na manažerská témata, kde jsme se zajímali o znalost témat komunikovaných Dimension Data. Potvrdil se nám předpoklad pouze povrchní a obecné znalosti u novinářů, a překvapivý zájem o využití připravovaných článků na tato témata. Průzkum realizujeme opakovaně s roční periodicitou, abychom zajistili měření úspěchu zájmu o jednotlivá témata, reakci na jednotlivé oblasti a jejich znalost.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Navrhli jsme řešení webového magazínu DD Connect na adrese www.ddconnect.cz, který se aktualizuje jednou za 3 měsíce a společně s nově umístěnými články se zasílá informační email na 3500 emailových adres s krátkými anotacemi, novinkami z korporace, novinkami o školeních, připravovaných akcích a nabídkách. Platforma DD Connect se tak stala jedním z hlavních komunikačních kanálů o novinách ve společnosti Dimension Data v České republice. Magazín DD Connect sdružuje informace a je také odkazován řadou mikro-stránek, budovaných v rámci Dimension Data, zaměřených na projektové obchodní akce nebo odborněji pojatá témata. Texty vytvořené pro magazín jsou využívány pro tiskové zprávy i jako samostatné články, zasílané do vybraných médií. Odkazy na články jsou také publikovány na lokálním profilu na LinkedIn. Vznikl tak propojený eko-systém, který jednak informuje přesně cílenou skupinu zákazníků a potenciálních zákazníků, sdružuje informace o dalších aktivitách společnosti a zároveň je využíván pro medializaci. Zákazníci hledající související témata tak mají řadu možností jejich získání právě ve spojení s Dimension Data a magazín DD Connect tím středobodem.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Velmi úspěšný prvotní průzkum s vysokým procentem odpovědí (35 %) a desítkami registrací umožnil rychlý start projektu. Za loňský rok došlo ke zvýšení čtenosti jednotlivých článků o 178 % a doba strávená při čtení se zvýšila z 3 minut na průměrných 10 minut. Z průzkumů vychází, že povědomí o značce Dimension Data meziročně stoupl o 15 % a znalost sledovaných témat ve spojení s Dimension Data se zvýšilo o 27 %. Texty vytvořené pro DD Connect jsou využívány v médiích a otevírají možnosti pro širší mediální spolupráci, například rozhovory s manažery (viz HN). Za rok 2014 byly články využity v 76 případech a celkovým zásahem přes 863 000 čtenářů. Mediální výstupy následně generují obchodní příležitosti. Dimension Data sledují původ zájmu potenciálních obchodů a za rok 2014 byly v návaznosti na DD Connect otevřeny obchodní příležitosti v hodnotě 13,7 mil. Kč a obchody uzavřeny v hodnotě 4,2 mil. Kč.