

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Skandinávská IT společnost Tieto Czech zaměstnává v Ostravě 2200 lidí. Mezi klienty má především skandinávské firmy. Pro úspěch svého byznysu potřebuje tři věci: dobré obchodní vztahy s klienty, dobré jméno a vztahy v rámci korporace, dobré vztahy s regionem, kde působí. Jak posílit tři zcela odlišné atributy naráz? Jak prezentovat vysokou odbornou úroveň ostravské pobočky, jak zároveň upevnit stávající vazby s obchodními partnery, jak zároveň představit moravskoslezský region jako atraktivní místo pro život? Rozhodli jsme se využít ostravské části Mistrovství světa v ledním hokeji, kde hrála i finská reprezentace a vytvořili projekt zákaznické IT konference. Stovka jejích účastníků zažila vše: odborný program, potvrzující profesionální zdatnost ostravských IT expertů, emotivní společný zážitek ze zápasu finské hokejové reprezentace, jenž zdůraznil sounáležitost s finskou mateřskou společností, překvapení z Ostravy jako dynamického moderního města s budoucností. Podle hodnocení účastníků šlo o nejúspěšnější akci Tieto posledních let. A to nejen z hlediska vztahů, ale i podpory rozvoje byznysu. Odborná konference pro obchodní partnery během mistrovství světa v hokeji se tak stala unikátním příkladem využití velké sportovní události pro podporu obchodních aktivit a posílení kladného vnímání společnosti jejími zákazníky.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Klíčovým bodem bylo sladění odborné úrovně zákaznické konference, volnočasové aktivity v Dolní oblasti Vítkovice (prohlídka Ostravy z pačací perspektivy industriální rozhledny Bolt Tower, prohlídka Světa techniky, zábavná interaktivní chemická show) a společenskou část (návštěva utkání Finsko – Rusko, „finský Tieto“ bar ve Stodolní ulici). Riziko: akce nesměla vyznít jako pouhý výlet obchodních partnerů na hokej.

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

Před realizací projektu jsme zkoumali historickou zkušenost Tieto s podobnými projekty. V minulosti pořádalo pouze interní odborné konference, kterých se účastnili zájemci ze všech poboček společnosti Tieto ve světě.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Tieto Czech má sídlo v Ostravě a je dceřinou společností firmy, jejíž centrála sídlí ve finských Helsinkách. Ve svých obchodních aktivitách se soustředí především na skandinávský trh. Velká část klientů jsou finské společnosti, a proto se při zařazení finské hokejové reprezentace do ostravské skupiny naskytla příležitost maximálně využít této konstelace. Záměrně byl zvolen formát hromadné akce pro využití skupinové sportovní euforie. V zásadě odborně laděná akce byla díky hokeji ve výsledku výrazně efektivnější než individuální návštěvy obchodních partnerů.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Pobyt obchodních partnerů v Ostravě se skládal ze čtyř částí: 1. zákaznická IT konference; konala se v atraktivním prostředí Dolní oblasti Vítkovice, neboť toto místo propojuje minulost a současnost města, jeho průmyslové základy, které jsou postupně nahrazovány hi-tech budoucností. 2. Prohlídka moderních budov Tieto Towers, ve kterých inovativní společnost sídlí. 3. Návštěva prestižního hokejového zápasu Finsko – Rusko. Hosté se přesunuli z hotelů a z Tieto Towers speciálními autobusy do haly. Byli vybaveni dresy, vlaječkami a speciálně pro tuto příležitost vyrobenými šálami s logem klienta. 4. Po skončení hokejového utkání přišel čas na realizaci poslední fáze: ve Stodolní ulici jsme pronajali bar, jenž se pro tento večer oblékl do finských a Tieto barev. Tady úspěšná akce skončila.

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

Precizně zvládnutá logistika s jedinečným programovým mixem byznysu a volnočasových aktivit prezentovala klienta na světové úrovni téměř stovce důležitých obchodních kontaktů. Představila rovněž město Ostravu, Moravskoslezský kraj i Českou republiku jako atraktivní místo pro život plné schopných a podnikavých lidí, což u obchodních partnerů posílilo reputaci Tieto Czech. Follow-up provedený mezi obchodními partnery potvrdil, že konference výrazně posílila vnímání společnosti a následně podpořila i rozvoj byznysu. Celá akce je výborným příkladem úspěšného využití mezinárodní sportovní akce pro B2B komunikaci. Podobných příležitostí se kolem nás objevuje velké množství, ale ne vždy jsou zcela využity.