

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Již potřetí jsme veřejnost vyzvali, aby s námi první čtvrtek v listopadu oslavila Den práce odkudkoli. Díky moderním technologiím a produktům Microsoft už dávno neplatí, že člověk pracuje efektivně jen v momentě, kdy sedí v kanceláři. Letos se k nám připojilo 40 dalších firem, které nás podpořily na webu [www.microsoft.cz/odkudkoli](http://www.microsoft.cz/odkudkoli) i na sociálních sítích. Vyhlásili jsme soutěž o nejlepší fotku místa, kde se dobře pracuje, kterou mohli soutěžící sdílet podle stanovených pravidel na sociálních sítích. Celkem se účastnilo 140 soutěžících. Do soutěže se zapojily i redakce [forbes.cz](http://forbes.cz) a [marianne.cz](http://marianne.cz).

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Komunikační příležitost jsme viděli v atraktivním tématu flexibility práce. Naším cílem je posunout vnímání flexibility jen z časové roviny i do roviny místa výkonu práce. Obávali jsme se nízké účasti firem, které práci odkudkoli ještě neumožňují, a nízké míry zapojení veřejnosti do soutěže. Výzvou bylo nalezení úhlu pohledu, který zaujme média.

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

Data pro komunikaci jsme čerpali z průzkumu Mobilita ve světě malých a středních podniků, který realizovala Agentura Ipsos Mori v zimě 2015. Průzkumu se zúčastnilo 5555 zaměstnanců malých a středních podniků ze 16 evropských zemí vč. ČR. Průzkum jsme doplnili o omnibusový výzkum realizovaný v říjnu 2015 agenturou Data Collect na vzorku 500 respondentů. Dále jsme využili data poskytnutá LMC ([jobs.cz](http://jobs.cz)).

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Těžištěm třetího ročníku DPO byla exklusivní spolupráce s vybranými médii a soutěž na sociálních sítích realizovaná za podpory téměř čtyřicítky organizací, které se do DPO zapojily (např. Vodafone, O2, RWE, [jobs.cz](http://jobs.cz) a další, kompletní přehled firem je v příloze). Do soutěže se mohl na Facebooku, Twitteru, Instagramu či LinkedInu zapojit každý, kdo fotografií přispěl k debatě o flexibilním pracovním stylu. Na vítěze čekala mobilní kancelář sestavená z dárků od partnerů DPO (notebook, kancelářská židle, internetové připojení, O365 apod.).

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

S přípravou komunikační kampaně Dne práce odkudkoli jsme začali v létě 2015. Na podzim jsme oslovili možné partnery a organizace, které by se chtěly zapojit do iniciativy i soutěže #Takpracujuj a spustili jsme webové stránky [www.microsoft.cz/odkudkoli](http://www.microsoft.cz/odkudkoli). Jen během týdenní kampaně měly návštěvnost 7 000 unikátních návštěvníků, jejich počet se během dalších měsíců zdvojnásobil na téměř 14 000. V říjnu jsme realizovali výzkum o významu flexibility pro volbu zaměstnání, porovnali jsme data s [jobs.cz](http://jobs.cz) a připravili podrobný komunikační plán, na jehož základě vycházely články v Euru, MF Dnes, na [e15.cz](http://e15.cz) či blogu [marianne.cz](http://marianne.cz). Téma jsme podporovali i přes kanály [jobs.cz](http://jobs.cz) a eventy pro cílovou skupinou HR manažerů. Přímou v Den práce odkudkoli (5. 11.) jsme vyhlásili soutěž na sociálních sítích a [forbes.cz](http://forbes.cz) spustil speciál Chytrá kancelář na svém webu.

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

5. listopadu 2015 jsme již potřetí oslavili Den práce odkudkoli, který má připomenout, že moderní technologie a produkty Microsoft umožňují lidem zorganizovat si čas a místo práce s ohledem na své osobní potřeby. Zapojilo se do něj 40 organizací (4x více než v předchozím ročníku). Dni práce odkudkoli se věnovalo téměř 20 článků v tištěných i online médiích, vč. Forbes, E15, MF Dnes (tematický rozhovor s generální ředitelkou B. Weber), týden.cz, Deník, novinky.cz a dalších. Redakce magazínu Forbes na základě domluvené spolupráce vytvořila speciál Chytrá kancelář (<http://www.forbes.cz/chytra-kancelar/>), který se stal druhým nejčtenějším speciálem roku (k 14. 4. téměř 300 000 čtenářů). Formát abecedy, kdy každé písmenko představuje určitý aspekt Chytré kanceláře, nám umožnil komunikovat jednotlivá témata spojená s prací odkudkoli nejen v samotný Den práce odkudkoli, ale i několik týdnů po jeho skončení postupným postováním na sociálních sítích (na FB bylo touto cestou osloveno k 14. 4. dalších 300 000 uživatelů). U příležitosti DPO jsme oživil i webovou stránku [www.microsoft.cz/odkudkoli](http://www.microsoft.cz/odkudkoli), kterou k dnešnímu dni navštívilo 14 000 lidí. Do soutěže na sociálních sítích se formou fotografií či příspěvků na téma práce odkudkoli zapojilo 140 soutěžících. Velký zásah jsme generovali i na vlastních účtech na sociálních sítích, kde se počet oslovených pohyboval v době kampaně kolem 80 000 uživatelů.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#), [Příloha 3](#)