

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Magazín vydáváme pro klienty a příznivce KPMG, obsahově se zaměřuje na ekonomická témata nejvyšší úrovně, která vybíráme podle zájmů a priorit vrcholného managementu největších firem na trhu. Zpracování zachováváme v magazínové a méně náročné formě, aby byla témata čitelná i pro neodborníky. Během tří vydání jsme si ověřili vysokou úspěšnost v této skupině, titul má >5.000 pravidelných odběratelů, e-mailingy s novým číslem mají open rate průměrně kolem 66 %. Konkurenční firmy (Big4) žádný podobný titul nevydávají. Inovativnost magazínu je ve zpracování náročných témat stravitelnou, magazínovou formou – použitím infografik, ilustrací a profesionálních fotografií. Od tradičních ekonomických magazínů se Marwick liší využíváním vlastních dat z průzkumů a studií KPMG.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

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

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Magazín vydáváme od září 2015, každé dva měsíce, vždy první středu v měsíci. Primárně distribuujeme tištěnou verzi pouze vybraným VIP klientům KPMG (3.000 kusů) + široké veřejnosti je titul dostupný jako pravidelná příloha dalších ekonomických titulů (Ekonom, Euro, E15) a skrze naše hostesky v business centrech. Titul je dostupný také elektronicky, a to neomezeně pro každého – výměnou za kontaktní údaje. V nižším nákladu vychází Marwick také v anglickém jazyce (od března 2016 na základě vysoké poptávky z trhu)

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

Výsledky jsou měřitelné pouze v on-line verzi - zde máme přes 3000 pravidelných odběratelů, kteří magazín odebírají výměnou za svůj e-mailový kontakt, jméno, firmu a pracovní pozici. Několik stovek z nich jsou pro naši společnost relevantní kontakty pro potenciální obchodní příležitost. Pro představu - pro pokrytí nákladů na produkci, výrobu a kampaň kolem magazínu stačí, aby jako obchodní příležitost dopadl jeden z nich.

Přílohy:

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