

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

V červnu 2015 navštívil Českou republiku prezident Microsoft International J. P. Courtois (JPC), aby se setkal se zaměstnanci a klíčovými zákazníky a partnery. Využili jsme této příležitosti k inovativní formě komunikace – celodenním reportážním vstupům na našich klíčových sociálních sítích (Facebook, LinkedIn, Twitter, Instagram). Zajímavý obsah, který jsme na sociálních sítích vytvářeli, následně převzala redakce Forbes, která téma zpracovala na forbes.cz. Tato forma spolupráce nebyla finančně podpořená a Forbes se jí ujal pouze na základě předchozí domluvy a vidiny unikátního obsahu. Díky spojení návštěvy jednoho z nejvýše postavených šéfů korporace Microsoft a velmi živým sdílením jeho myšlenek a výroků na sociálních sítích se nám podařilo odprezentovat široké veřejnosti několik klíčových priorit společnosti: důležitost žen ve vedoucích pozicích, role technologií pro vytváření rovných příležitostí, modernizace malých a středních podniků, mobilní životní styl a význam digitálních dovedností pro budoucí pracovní i životní úspěch.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Návštěva JPC byla výjimečnou příležitostí zmapovat celodenní aktivitu zahraničního top manažera při jeho pobytu v Česku. Po celou dobu jsme ho doprovázeli a jeho nejzajímavější postřehy, výroky a myšlenky jsme zaznamenali ve formě postů a fotografií na sociálních sítích. Velkou výzvou byla pečlivá obsahová příprava a rychlá koordinace se zahraničním týmem, který řídí komunikaci JPC, tak, aby v den D běželo vše podle harmonogramu a naplánovaná diskuse byla přínosná a zajímavá.

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

U většiny témat, kterým se JPC ve své diskusi věnoval, jsme pracovali s interními výzkumy či analýzami třetích stran (např. index Světového ekonomického fóra).

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Možností, jak mediálně využít přítomnost JPC, se nabízela celá řada. Nejprve jsme zvažovali tradiční exkluzivní rozhovor, ale nakonec jsme se rozhodli pro velmi unikátní formát, který vychází z toho, že JPC je velmi aktivním uživatelem sociálních sítí. Reportáž na sociálních sítích, kterou jsme zvolili, umožňuje akčnější a interaktivnější přístup a koresponduje s moderními trendy v komunikaci. Pracovali jsme i s interními sociálními sítěmi, kde jsme sdíleli podrobnější obsah pro zaměstnance, a také s uzavřenou sociální sítí dostupnou pro naše obchodní partnery. Zaměstnanci i partneři mohli díky tomu s JPC diskutovat a pokládat mu dotazy. Umožnili jsme jim kontakt s člověkem, ke kterému by se jen velmi těžko dostávali. Následně zapojení redakce Forbes se jevilo jako velmi synergické, neboť médium v té době posilovalo svou on-line prezenci. Redakci náš netradiční formát zaujal a dohodli jsme na tom, že z reportážních příspěvků vytvoří vlastní shrnutí a nahradí tím klasický formát rozhovoru.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Přípravná fáze tohoto projektu byla velmi náročná zejména z pohledu organizace, koordinace, výběru vhodných témat a samotné realizace reportáže. V konkrétní den jsme obsloužili 4 sociální sítě formou 10 tweetů, 6 postů na LinkedIn, 3 postů na Facebooku, 3 postů na Instagramu a několika příspěvků na interní a partnerské sociální síti. Veškeré příspěvky byly sdíleny jak ze strany MS Česko a MS Evropa, tak jednotlivými zaměstnanci, kteří se chtěli zapojit, stejně jako obchodními partnery. Forbes text:

<http://www.forbes.cz/ucte-se-kodovat-muze-vam-to-zmenit-zivot-radi-ceskym-studentum-sef-microsoftu/>. Příklady LinkedIn postů JPC:

<https://www.linkedin.com/groups/3949370/3949370-6011508298107416580>

<https://www.linkedin.com/groups/3949370/3949370-6011491056338681858>

<https://www.linkedin.com/groups/3949370/3949370-6011473744751525890>

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

Posty a fotografie JPC zasáhly více než 100 000 uživatelů, které jsme oslovili 10 tweety, 6 posty na LinkedIn, 3 posty na Facebooku, 3 posty na Instagramu a několika příspěvků na interní a partnerské sociální síti – a to vše v reálném čase. Nejsilnější zásah měla komunita na LinkedIn (přes 50 000 uživatelů). Třešničkou na dortu byl fakt, že redakce forbes.cz projevila o naše posty zájem a na místo klasického rozhovoru z něj vytvořila vlastní shrnutí. Tento text si přečetlo více než 5000 čtenářů forbes.cz. Za úspěch tedy považujeme oslovení široké cílové skupiny, posílení profilu JPC jako leadra, který zná moderní trendy a umí s nimi pracovat, a skutečnost, že se redakce Forbes rozhodla využít naše vlastní kanály k vytvoření vlastního redakčního textu. Právě tato skutečnost byla velmi pozitivně vnímána i centrálním vedením společnosti, neboť se podobná věc stala úplně poprvé v historii firmy (celosvětově).