

PŘIHLÁŠKA do 12. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

PRgang

Koncept: původní

Projekt byl navržen a proveden pro:

PRgang.com

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

LESENSKY.CZ

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.2 Společenská odpovědnost a filantropie/Corporate

Responsibility and Philanthropy

Oborové kategorie:

II.5 Státní správa, veřejný a neziskový sektor

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Petr Lesenský

Funkce: CEO

Firma/organizace: LESENSKY.CZ

Ulice: Štursova 583/49

Město: Brno

PSČ: 61600

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 774743800

Fax: 420774743800

E-mail: petr@lesensky.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: LESENSKY.CZ

Ulice: Štursova 583/49

Město: Brno

PSČ: 61600

Stát: Česká republika

IČ: 29373336

DIČ: CZ29373336

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer za 500 Kč:

Ano

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

PRgang je nový netradiční projekt, který studentům žurnalistiky, firemní komunikace či marketingu umožňuje pronikat do praktické roviny oboru public relations. Na rozdíl od obdobných počínů jsou do PRgangu začleněni vedle úspěšných odborníků z praxe také samotní vyučující vysokých škol, pod jejichž dohledem studenti řeší reálné zakázky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Pro úspěch PRgangu je zásadní komunikace přínosu projektu směrem ke školám, vyučujícím jednotlivých předmětů, mentorům z řad odborníků z praxe, studentům a partnerům projektu šířícím jeho koncept. Pro posílení důvěryhodnosti projektu jsme využili především zástupců akademické sféry, kteří z pozice oficiálních tváří projektu posouvají informace dál v rámci svých cílových skupin. Studenti z mentorského provázání praktiků a teoretiků těží výhody v podobě snazší uplatnitelnosti na trhu práce. Pracují koncepčně, týmově a svá díla prezentují zadavatelům osobně. Získávají kredity, reference, doporučení, kontakty a nabízí se jim nové možnosti uplatnění. Pozitiva projektu jsou patrná i v posilování vnímání samotného oboru PR, a to i u budoucích novinářů. Nezanedbatelným přínosem projektu je možnost pomáhat s PR dobročinným organizacím či veřejně prospěšným institucím.

Strategie:

Před nastavením základní komunikační strategie jsme se intenzivně scházeli se zástupci akademické sféry, a to od vyučujících přes vedoucí kateder až po děkany fakult. Povedlo se sladit jejich mnohdy různé představy týkající se zapojování studentů do reálných zakázek. Pro nastavení precizní argumentace pak bylo potřeba rozpoznat motivaci a potřeby studentů, jimž má PRgang primárně sloužit. Na základě vlastních průzkumů na školách jsme si ověřili, že finanční odměna není při získávání zkušeností v oboru rozhodující. Prostřednictvím eventů s vybranými studenty jsme nastavili funkční motivační systém.

Nástroje a aktivity

V první fázi jsme vytvořili web a obsahovou strategii pro sociální sítě, kterými jsme bez jakékoliv placené podpory cílili primárně na studenty. Využili jsme silného PR kolem mentorů, jejichž mediální obraz napomohl k úspěšnému oslovování odborné veřejnosti. Studentských médií jsme využili k propagaci partnerských škol a konkrétních vyučujících. Uspořádali jsme sérii eventů představujících projekt, a to v každém ze zapojených předmětů. Šíření povědomí mezi profesionály v oboru public relations jsme se rozhodli vyřešit exkluzivním mediálním partnerstvím s Médiařem, který o našem projektu pravidelně informuje, a navíc bude zveřejňovat nejzajímavější výstupy ze strany studentů. S pozitivní reakcí se setkává naše série panelových diskuzí na školách mezi teoretiky a praktiky, kterou jsme odstartovali v dubnu.

Výsledky:

Už během prvních čtyř měsíců fungování PRgangu spolupracujeme se sedmi odbornými předměty, ve kterých intenzivně komunikujeme s cca 150 studenty. Od září počítáme s dvojnásobnou kapacitou, plánujeme začlenit studenty hlásící se mimo oficiální předměty a zahájíme činnost na Slovensku. Cílem PRgangu je spojit chytré a zkušené, aby chytrých a zkušených v PR přibývalo.

Weblinky:

www.prgang.com