

PŘIHLÁŠKA do 13. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

B2B research

Koncept: původní

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT 2018): Ano

Projekt byl navržen a proveden pro:

Epson

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison&Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business (B2B)

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

Komunikační nástroje:

III.4 Tiskové konference

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: Lucie Brochová

Funkce: Consultant

Firma/organizace: Bison&Rose

Ulice: Oveňecká 9

Město: Praha 7 - Letná

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: +420 739 483 442

Fax:

E-mail: lucie.brochova@bisonrose.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Bison&Rose

Ulice: Oveňecká 9

Město: Praha 7 - Letná

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 25660004

DIČ: CZ25660004

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

1

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

V Epsonu jsme řešili, jak médiím atraktivně odprezentovat výsledky průzkumu, který si zadala společnost Epson u firmy Coleman Parkes Research v roce 2016. Byl proveden mezi více než 2 400 zaměstnanci v regionu EMEA (Evropa, Střední východ, Afrika) a zaměřen na způsob využití kancelářského tisku. Vycházejí ze zjištěných dat jsme vyvinuli aktivity za účelem zvýšení povědomí firem o výhodách inkoustového tisku. Výstupem měla být podpora přechodu těchto firem od laserových tiskáren k inkoustovým.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Společnost Epson se od roku 2015 snaží akcentovat téma inkoustového tisku ve firmách a zároveň vyvrací fakta a mýty, které firmy v souvislosti s tiskem řeší. Cílem průzkumu tedy bylo především zjistit, zda nejen majitelé firem, ale i zaměstnanci chápou a vnímají přínos tisku ve firmách, nakolik je pro ně důležitý, či jaké technologie primárně upřednostňují. Sám projekt, měl pak za podpory těchto dat, upozornit firmy na význam a nepostradatelnost tisku, výhody a nevýhody inkoustového tisku a vyvrátit mýty, které se o inkoustovému tisku dlouhodobě tradují.

Strategie:

Naši komunikační strategií bylo zprostředkovat výsledky průzkumu neotřelou formou, která zaujme nikoli jen odborníky z oblasti IT, ale zároveň média, jež se tomuto tématu běžně nevěnují. Z průzkumu jsme vybrali nejzajímavější data, na kterých jsme demonstrovali, nakolik je důležité, aby se firmy více otevřely možnostem inkoustového tisku. Vybrali jsme ale i data nejkurióznější a překvapující, díky kterým jsme téma odlehčili a přiblížili ho více běžným konzumentům. Abychom co nejvíce atraktivněli setkání pro novináře a upoutali pozornost i jiných médií, než jen z oboru IT, nachystali jsme, kromě jiného i pozvánku, v rámci níž jsme prozradili jeden z výše zmiňovaných, kuriózních údajů a to, že Češi denně k firemním tiskárnám nachodí 11,9 metru a jsou tak národem, který se k tiskárnám nachodí nejdále ze všech dotazovaných zemí.

Nástroje a aktivity

Uspořádali jsme tiskovou konferenci, abychom novináře co nejdůkladněji seznámili s výsledky průzkumu. Osobně od Marcela Divína, Branch Office Managera společnosti Epson CZ & SK, se zde novináři měli možnost dozvědět podrobnosti o výsledcích průzkumu pro Českou republiku a zároveň nejružnější perličky, které průzkum nechtěně odhalil. Novinářům byly poskytnuty podklady v podobě kompletní prezentace a infografiky, podpořené tiskovou zprávou.

Výsledky:

Tiskové konference se zúčastnilo 19 novinářů, což je pro oblast IT a tématu samotného, velkým úspěchem. O výsledcích průzkumu informovala média ve 23 výstupech. Ze strany klienta bylo kvitováno zvýšení zájmu o inkoustová řešení a s tím spojené navýšení prodeje samotných zařízení.