

## PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Kancelář budoucnosti

Koncept: původní

Rozpočet: -

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

Projekt byl navržen a proveden pro:

Canon

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

My.cz

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business (B2B)

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

**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: Martin Tesař

Funkce: PR Consultant

Firma/organizace: My.cz

Ulice: Františka Křížka 362/1

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

### Kontakt:

Telefon: 739482734

Fax:

E-mail: martin.tesar@my.cz

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

Podpis:

Datum:

### Fakturační údaje:

Firma/organizace: My.cz, s.r.o.

Ulice: Františka Křížka 362/1

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 26501023

DIČ: CZ26501023

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

2

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

**Stručné shrnutí projektu:**

Lákat na nové foťáky bude vždy snazší než vysvětlovat technologické výhody firemních tiskáren. Pro Canon jsme komunikaci zastřešili projektem Kancelář budoucnosti a získali pro něj řadu věhlasných jmen, jako publicistu O. Neffa, ředitele Microsoftu R. Urbánka, kreslíře Š. Mareše nebo principála J. Hrušínského. Ti bez nároku na honorář přispěli svou vizí pracovního prostředí za 20 let. Vrcholem byla konference Canonu, kde potenciální obchodní partneři debatovali přímo s experty i zástupci médií.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Klient má za cíl zaujmout nejen B2B partnery, ale také současné i potenciální zákazníky a zaměstnance. Spojit Canon také s komplexními inovativními řešeními pro kancelářský provoz, která dalece přesahují jen pouhý tisk nebo kopírování.

Dlouhodobým nebrandovaným projektem vytvořeným pro potřeby Canonu cílíme na rozhodovatele ve firmách, k nimž není jednoduché se dostat a efektivně je oslovit běžnými kanály. Máme složitá a úzce profilovaná témata, která média čtená naší cílovou skupinou nevyhledávají.

**Strategie:**

Ze špičkových manažerů, IT odborníků, architektů, designerů, novinářů a zástupců firmy Canon jsme sestavili think-tank, který průběžně nabízí představy, jak by mohla vypadat kancelář za 20 let. Zároveň jsme ve spolupráci s Aktuálně.cz založili microsite Kancelář budoucnosti, kde jsme postupně představili a zveřejnili na dvě desítky komentářů osobností z jednotlivých oborů, které nastínily své vize technologií a spolupráce v kanceláři budoucnosti. Ilustracemi projekt oživil známý kreslíř a humorista Štěpán Mareš.

Názory na microsite jsme medializovali skrze atraktivní podklady pro novináře, infografiky a tiskové zprávy i díky kampaním na sociálních sítích. Vrcholem projektu byla odborná konference Canon, kde jsme dostali k jednomu stolu experty z veřejné, korporátní i mediální sféry. Přišla skoro stovka lidí, které nejvíc zaujala živá panelová diskuze moderovaná Milošem Čermákem. Konferenci doprovodila interaktivní výstava mapující vývoj kancelářské techniky.

**Nástroje a aktivity**

- průzkum veřejného mínění
- think-tank
- microsite s blogy významných osobností
- podklady pro novináře a TZ s citacemi odborníků
- videoankety
- oborové vizionářské komentáře
- podpůrná komunikace na sociálních sítích
- infografiky
- odborná konference v DOXu
- výstava Canon a 100 let kancelářské techniky

**Výsledky:**

Jak budeme pracovat za 20 let? Tak zněla otázka, kterou si díky PR projektu veřejně položily desítky novinářů v rámci více než 140 online zpráv, novinových článků a dalších výstupů na sociálních sítích. Canonu zajistil silnou pozitivní medializaci v průběhu celého roku, zastínil konkurenty v oblasti kancelářských zařízení a zbavil firmu nálepky „výrobce foťáků“. Canon také přirozeně sehrál roli odborníka na technologie budoucnosti a podpořil tak svou profilaci jako vizionáře a lídra trhu. Kampaň podnítila tisíce lidí, aby se zamysleli nad budoucností kancelářské práce a zjistili, že Canon může nabídnout některé funkce kanceláře budoucnosti již dnes. S klientem proto letos budeme projekt dále rozvíjet...

**Weblinky:**

<https://canon.cz/kancelar-budoucnosti/>