

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

Dobrý den, my jsme Ogilvy!

Koncept: původní

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:

Ogilvy s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Interní komunikace/Internal Communications

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: Barbora Šumanská

Funkce: Head of Social

Firma/organizace: Ogilvy s.r.o.

Ulice: Přívozní 2A

Město: Praha 5

PSČ: 155-21

Stát: Hlavní město Praha

Kontakt:

Telefon: 602658209

Fax:

E-mail: barbora.sumanska@ogilvy.com

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Ogilvy, s.r.o.

Ulice: Přívozní 1064/2a

Město: Praha

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

IČ: 25120158

DIČ: CZ25120158

Člen APRA: Ano

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Ogilvy patří se svými 180 zaměstnanci k největším agenturám v zemi. Velikost nám přináší spoustu skvělých projektů, ale také obavy lidí zvenčí z korporátnosti nebo neosobního až bankovního přístupu. Zároveň poznat nebo propojit 180 lidí, když je nespojuje práce na stejném projektu, není úplně jednoduché. Nám se podařilo obojí. Našli jsme skvělý nástroj interní i externí komunikace a s minimálními náklady jsme ukázali lidem mimo agenturu i uvnitř ní, kdo jsme. We are Ogilvy!

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Český reklamní trh se hodně drobí. Objevují se malé, specializované agentury, které nabízejí obrovské množství někdy až snových benefitů, aby získali a udrželi ty nejlepší kreativní osobnosti. Jako velká agentura tak musíme čelit tomuto trendu i občasnému připodobňování strnulého korporátu nebo banky. Zároveň chceme, aby se lidé u nás dobře znali, věřili si a navzájem je propojovala nejen práce, ale i společné zájmy.

Strategie:

Hledali jsme cestu, jak všem ukázat, že nejsme továrna. A protože opravdu nejsme továrna, ale kreativní agentura, vložili jsme do kampaně to nejcennější, co máme – naše lidi. My sami jsme mohli ukázat, kdo jsme, co děláme a jak se bavíme prací i po ní. Vytvořili jsme komunitu skoro dvou set influencerů, kteří sami utvářejí značku Ogilvy tak, jak si to přejí.

Nástroje a aktivity

Založili jsme instagramový profil s názvem @weareogilvy a každý týden si jeden z nás profil půjčí a ukáže něco o sobě. Jednoduše, vtipně, umělecky, prakticky nebo úplně úchylně, prostě tak, jak sám chce. Instagramovým profilem propojí jeho pracovní a osobní život a na týden ukáže kolegům i lidem zvenčí, že nejsme banka ani úřad, ale kreativní agentura plná zajímavých (někdy až moc zajímavých) lidí. Online kampaň jsme v loňském roce podpořili i v offline prostředí a vybrané odvážlivce ukázali i na CLV a v tisku.

Výsledky:

Za rok jsme se s 1 000 followery stali microinfluencerem českého Instagramu. Každý nově přichodící kolega o profilu ví a těší se na svůj takeover. Lidé se spojují nejen nad projekty, ale také díky společným zájmům, které na profilu objevili. Najednou jsou mezi námi švadlenky, muzikanti, olympionici nebo sběratelky toaletních papírů. Vznikla unikátní komunikační platforma, která nic nestojí, žije vlastním životem, a přesto dokonale ukazuje, kdo jsme. We are Ogilvy!

Weblinky:

<https://www.instagram.com/weareogilvy/>