

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

Název projektu:

My všichni jsme influenceři. We are 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.7 Digital &amp; social media

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 7

PSČ: 17000

Stát: Česká republika

**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:

Sociální sítě vznikly a vždy budou patřit především lidem a jejich propojování a vzájemné komunikaci.

My jsme se rozhodli, že toho, proč jsou lidé na sociálních sítích, využijeme a propojíme vlastní zaměstnance. Navíc o sobě dáme vědět i lidem mimo agenturu. Vytvořili jsme instagramový projekt @weareogilvy, který z nás všech zaměstnanců postupně dělá influencersy naší vlastní značky. Spojuje nás, baví a zároveň říká, kdo jsme.

## Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

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.

## 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 vytvořili tak prostor, který naplňuje základní úkol sociálních sítí – spojuje lidi. 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) lidí.

## Výsledky:

Za rok jsme se s 1 000 followery stali microinfluencerem českého Instagramu. Každý nově přichází kolega o profilu ví a těší se na svůj takeover. Lidé se spojují nejen nad projekty, ale i díky společným zájmům, které na profilu objevili. Na Instagramu jsme už propojili švadlenky, muzikanty, bývalé olympioniky, techno tanečníky nebo sběratele divných věcí. 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/>