

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

Název projektu:

Když jsou silnice, dálnice i železnice sexy

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:

EUROVIA CS

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 On-line média (intranet, webové stránky, RSS, PDA aj.)

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: Dita Vašíčková

Funkce: Consultant

Firma/organizace: Bison & Rose

Ulice: Františka Křížka 1

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 730 184 393

Fax:

E-mail: dita.vasickova@bisonrose.cz

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

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: Bison & Rose

Ulice: Františka Křížka 1

Město: Praha 7

PSČ: 170 00

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:

Složitá struktura, nesrozumitelné texty a nepřehlednost – i takto by se dala shrnout původní podoba oficiálního webu stavební společnosti Eurovia. Vizuál, kde hlavní roli hraje asphalt, beton nebo kamení navíc na první pohled neokouzlí každého. Jak tedy komunikovat s netechnickou společností takto odborné a specifické téma? To byla největší výzva, které jsme před zahájením projektu čelili.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo především obsahově odlehčit a vizuálně zatraktivnit web společnosti, a to tak, aby jasně sděloval, že Eurovia je moderní firma, ve které stojí za to pracovat. Webové stránky firmy také slouží jako informační materiál pro širokou veřejnost, kterou informují o aktualitách v oblasti stavebních projektů; odborné veřejnosti zase nabízí cenné a odborné informace z oboru – o produktech a technologiích.

Strategie:

Webové stránky firmy plní z hlediska komunikace v zásadě dvě funkce – korporátní a náborovou – při tvorbě projektu bylo tedy nutné skloubit tyto dvě linky, a to pomocí vizuálních prvků, struktury a obsahu.

Při tvorbě nového designu byl kladen velký důraz na celkové uspořádání webu. Byly definovány klíčové sekce, které tvoří: informace o společnosti, aktuality, projekty, technologie, kariéra a kontakty, pod které byly zařazeny všechny další zásadní informace. Původní rozcestník, který tvořilo 10 podsekcí nahradilo menu o 6 kategoriích. Složité rozcestníky byly nahrazeny přímým odkazem na podstránky. Pro každou sekci i podsekcí byla pečlivě vybrána fotografie, která navozuje celkovou atmosféru obsahu.

Nástroje a aktivity

Nový web byl postaven na dlaždicovém systému a je plně responzivní. Hlavními nástroji jsou fotky a pro firmu typický „modrý duch“, který se interaktivně zabarvuje do červené – další korporátní barva společnosti. Dlouhé texty nahradila výstižná sdělení, která jsou jasně srozumitelná.

Výsledky:

Výsledkem je atraktivní a moderní web, který splňuje veškeré standardy současné doby. Je kompatibilní na různých zařízeních a plně responzivní. Pozornost přitahují poutavé fotky i videa. Kromě pozitivní zpětné vazby ze strany veřejnosti úspěch potvrzují také experti z oboru.

Weblinky:

www.eurovia.cz