

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Cílem projektu PressOffice 365 je zviditelnit prostřednictvím prestižních médií s velkým dopadem softwarový balík Microsoft Office 365 a tím podpořit obchodníky a partnery při jeho prodeji. Díky tomuto inovativnímu konceptu a využití i dalších osvědčených metod, jako jsou vyprávění příběhů a individuální spolupráce, se projekt setkal u novinářů s velkým úspěchem, který se projevil jak v dosažené publicitě, tak i v slibované podpoře prodejního týmu, díky které se prodeje Office 365 zvýšily o více než 60 procent. Český projekt již získal i interní ocenění Microsoftu v rámci regionu Evropy, Středního Východu a Afriky.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Projekt spočívá ve vytvoření speciálního prostředí „tiskové kanceláře“ s využitím produktu Office 365, které je dostupné exkluzivně jen předem vybraným redaktorům. V rámci PressOffice365 si mohou jednotliví novináři nejen otestovat všechny Office 365 (řešení pro firemní e-maily, kalendář, adresář, úložiště dokumentů a dat, chat, videokonference a další nástroje dostupné za měsíční poplatek jako online služba), ale využít toto prostředí díky veškerým dostupným podkladům i pro samotnou redaktorskou práci. Díky telefonům, které byly redaktorům v rámci projektu zapůjčeny, tak mohou činit dokonce odkudkoliv, čímž byla potvrzena jedna z výhod Office 365.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

V době spuštění projektu PressOffice365 byl centrálou společnosti Microsoft zrealizovaná mezi českými firmami průzkum týkající se ekonomických dopadů krize na tuzemské podnikání a využívání technologií. Česká pobočka tak nemusela realizovat vlastní průzkum, ale rozhodla se v rámci projektu PressOffice365 využít výsledky tohoto. Zacílení na prestižní, ale relevantní média (zaměřená kvůli širokému pokrytí na různé cílové skupiny, tedy zákazníky, partnerskou komunitu a IT pracovníky).

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Obsah projektu PressOffice365 byl definován snahou o naplnění těchto cílů: 1) Vytvoření zajímavého příběhu a exkluzivity (využití průzkumu o využití technologií mezi českými firmami, scénáře využití, příklady zákazníků, výpočet reálných úspor; počet médií omezen) 2) Zvolení nejvhodnějšího postupu pro oslovení vybraných redaktorů (individuální komunikace, setkání v menších skupinkách nebo individuálně) 3) Maximální usnadnění práce novinářům (testovací prostředí PressOffice365 umožňující si nejen vyzkoušet produkt, ale využít jej k prozkoumání i všech dostupných textových podkladů, případových studií, obrázků, videí i optání se odborníků – od toho „press office“ v názvu; možnost testovat i přes zapůjčený telefon)

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Projekt je z externího i interního pohledu považován za velmi úspěšný. Do PressOffice365 se zapojilo 11 prestižních médií z různých oblastí (ČT24, Ekonom, Euro, E15, Hospodářské noviny, Zive.cz, CHIP, Computer, CIO BusinessWorld, Computerworld, Reseller Magazine). Díky jejich reportážím a článkům se dosud podařilo oslovit přes půl milionu diváků a čtenářů, potenciálních uživatelů Office 365. Prodeje licencí Office 365 se od ledna i díky tomu zvýšily o 61 procent.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele: