

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Jako jedna z předních světových technologických společností se Honeywell zavázal k náboru špičkových talentů a podpory vzdělávání v oblasti vědy, technologie, inženýrství a matematiky po celém světě. Vyhledávání mladých talentů, budování pozitivního image společnosti Honeywell jako leadera ve své oblasti, a udržování vztahu s potenciálními zaměstnanci je pro Honeywell jednou z hlavních priorit. V České republice disponuje R&D centry, proto se zaměřuje především na hledání talentů v oblasti výzkumu a vývoje. Iniciativa Honeywell pro vědu a inženýrství (HISE) se spolu s partnerskými univerzitami po celém světě snaží rozvíjet a inspirovat příští generaci inženýrů a vědců a pomoci jim překlenout propast mezi technickými dovednostmi získanými v oblasti vysokoškolského vzdělávání s obchodní prozíravostí, která je vyžadována na pracovištích. Prostřednictvím přednášek, kolokvií, speciálních prezentací, akcí a on-line obsahu dává HISE studentům přímý přístup ke špičkovým technologiím a inženýrům společnosti Honeywell, stejně jako k některým světovým nositelům Nobelovy ceny za chemii a fyziku. Z hlediska komunikace se jedná o jedinečný projekt, který kombinuje atraktivní téma a jedinečný přístup k navázání vztahů s perspektivními a talentovanými zaměstnanci. V roce 2011 umožnil Honeywell a její partnerská agentura Ogilvy PR setkání s profesorem Douglasem Osheroffem, laureátem Nobelovy ceny za fyziku na VUT v Brně. Projekt si zaslouží uznání nejen proto, že studenti toto setkání přivítali s nadšením, ale také proto, že splnil svůj cíl – pozitivně posílil image a vnímání společnosti Honeywell, přinesl pozitivní mediální publicitu a podpořil nábor nových talentovaných uchazečů o zaměstnání.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Setkání s laureátem proběhlo na půdě VUT v Brně 22. března 2011. OPR poskytlo komunikaci prostřednictvím řady komunikačních kanálů ve spolupráci s VUT – OPR vytvořilo microsite, rozeslalo direct mail a distribuovalo plakáty a letáky v prostorách všech relevantních fakult VUT a kolejí. Program byl koncipován tak, aby poskytl maximální možnost interakce se studenty – jako dialog mezi potenciálním zaměstnavatelem a zaměstnanci. Celý den byl rozdělen do několika aktivit, které měly studenty motivovat k zájmu o vědu (za tím účelem byla realizována přednáška), aplikované technologie (interaktivní prezentace ukazovala produkty společnosti za účasti předních pracovníků společnosti) a možnosti kariéry (za účasti HR oddělení prezentace na Career Panelu).

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

Hlavní přednášku navštívilo přes 300 studentů, kteří zcela zaplnili dvě posluchárny. Součástí akce byla také tisková konference. Obsah TK byl zaměřen na cíl projektu – tedy prezentaci zvýšení uplatnění vědeckých výzkumů v podnikání. Komunikace prostřednictvím tisku měla rozšířit dopad aktivity a oslovit i talenty mimo prostředí VUT. Přímý dopad projektu byl mapován bezprostředním dotazováním mezi zúčastněnými studenty, a to prostřednictvím dotazníků. 94,4 % ze všech respondentů hodnotilo setkání jako velice přínosné a pozitivní. Součástí dotazníku byla také otázka, zda se zvýšil po absolvování přednášky zájem o práci ve společnosti. Více jak 50 % dotázaných odpovídalo kladně.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Program projektu byl koncipován tak, aby co největší měrou poskytl interaktivní setkání studentů s laureátem a hlavním tématem akce, ale také s předními zástupci společnosti Honeywell. Výběr mluvčího byl uskutečněn s ohledem na primární náborový zájem společnosti. Početná účast studentů a úspěch u publika realizovaného projektu nás utvrdili ve správnosti zvoleného obsahu.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Cílem bylo zajistit co největší účast studentů na hlavní přednášce a zajistit maximální komunikační dopad projektu, s čímž souvisí i pozitivní publicita odrážející hlavní cíl projektu. Nejen že se podařilo maximálně zaplnit hlavní posluchárnu, ale z důvodu vysokého počtu návštěvníků došlo k zaplnění i druhé posluchárny. Celkem se tak přednášky zúčastnilo podstatně více studentů, než jsme předpokládali. Úspěch samotné přednášky zajistil následně také zvýšený zájem o kolokvium a kariérní panel. Projekt měl za následek rozšíření povědomí o společnosti nejen mezi studenty, kteří při realizovaném průzkumu uvedli, že se zvýšilo pozitivně jejich vnímání o samotné společnosti, ale také mezi širokou veřejností. Na základě tiskové konference a publikované tiskové zprávy bylo v médiích prezentováno přes 30 výstupů. Zprávu prezentovala také studentská média. Výstupy se týkaly zejména přínosu společnosti ve spojení s vědeckými výzkumy pro veřejnost.

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