

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Stanton Chase je jedna z předních mezinárodních společností, které se zabývají oblastí Executive Search – vyhledáváním vrcholových manažerů. Hlavním úkolem komunikační kampaně bylo zviditelnit činnost pražské pobočky, profilovat specialisty společnosti a celkově edukovat potenciální klienty (zaměstnavatele a vrcholové manažery) a veřejnost o oblasti executive search. Projekt si zaslouží ocenění svého úspěchu v roce 2012. Během půlroční kampaně (červenec – prosinec 2012) jsme dosáhli velice dobré mediální publicity 65 výstupů v médiích, s celkovým zásahem 5 336 373 GRP a to s minimálním rozpočtem. Oblast Executive Search je velice specifická a společnost Stanton Chase byla v době zahájení kampaně známá pouze velice úzkému kruhu zasvěcenců z oblasti vyššího managementu. Díky soustavné kampani se nám podařilo dostat Stanton Chase do povědomí široké veřejnosti. V březnu 2013 oslovila centrála Stanton Chase agenturu H+K Strategies s žádostí o vypracování koncepce globální komunikační strategie.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Příležitosti: • Klíčové postavení společnosti Stanton Chase International na mezinárodním trhu • Bohaté zkušenosti a know-how skupiny v exkluzivní oblasti HR • Nízké povědomí o značce Stanton Chase v ČR • Obsazení pražské pobočky špičkovými specialisty udávajícími trendy v oblasti HR

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

Analýza komunikace konkurenčních společností, mediální audit, analýza celkové situace na trhu v oblasti personalistiky a Executive Search, segmentace cílových skupin, analýza a následný výběr komunikačních témat

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Cílem komunikační kampaně bylo zvýšit povědomí o společnosti Stanton Chase poskytující služby v oblasti Executive Search a upoutat pozornost k činnosti pražské pobočky společnosti. Komunikace byla zaměřená primárně na potenciální zaměstnavatele a zaměstnance z řad vrcholových manažerů, ale zasáhla i širokou veřejnost. V rámci komunikace jsme se zaměřili zejména na profilaci specialistů z firmy Stanton Chase, kteří se vyjadřovali k relevantním aktuálním tématům v médiích. Dále jsme komentovali současné dění na trhu prostřednictvím tiskových zpráv a odborných článků, které mimo jiné vycházely z průzkumů provedených mezi vrcholovými manažery společnosti Stanton Chase. Další součástí projektu bylo uspořádání kulatého stolu s následnou diskuzí o personálních tématech. Prostřednictvím měsíčně vydávaného newsletteru jsme zprostředkovali komunikaci s obchodními partnery Stanton Chase a médii. Dosáhli jsme nejen zviditelnění společnosti Stanton Chase, ale také osvěty v oblasti Executive Search.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

1. fáze – Analýza situace v médiích, výběr komunikačních témat, návrh kompletní strategie komunikace a volba komunikačních témat, výběr mluvčích z řad Stanton Chase 2. fáze – Zahájení pravidelné komunikace s médii, zveřejnění průzkumu provedeného mezi vrcholovými manažery Stanton Chase, vytvoření a distribuce prvního čísla newsletteru 3. fáze – Pravidelná komunikace s médii, pravidelná tvorba firemního newsletteru, měsíční monitoring mediální publicity, organizace kulatého stolu s novináři

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

Na základě našich komunikačních aktivit bylo v průběhu kampaně (červenec – prosinec 2012) publikováno 65 výstupů, jejichž celkový zásah dosáhl hodnoty 5 336 373 GRP, zejména v denících, ekonomických a oborových médiích. Z uvedených výsledků tvořila 59% on-line média a 41% tisk. Výsledek kampaně se projevil zvýšením povědomí a zájmu veřejnosti a médií o činnost pražské pobočky. V březnu 2013 oslovila centrála Stanton Chase agenturu H+K Strategies s žádostí o vypracování koncepce globální komunikační strategie.