
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

LMC Magazín

Projekt byl navržen a proveden pro:

LMC

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Boomerang Communication

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.4 Firemní publikace - blogy

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: Tereza Valentová

Firma/organizace: Boomerang Communication

Stručné shrnutí projektu:

LMC Magazín, který na stránkách LMC funguje již několik let, prošel v roce 2019 zásadním obsahovým redesignem se záměrem nabídnout komplexní informace a aktuality z HR přehledně a na jednom místě. Jeho cílem je obsáhnout všechna zákoutí personalistiky, přispívat k její kultivaci, napomáhat personalistům v jejich profesi, usnadnit jim práci, profesně je posouvat a plnit roli jejich plnohodnotného partnera. Webové stránky magazínu: <https://www.lmc.eu/cs/magazin/>

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

LMC Magazín je pro svou cílovou skupinu zásadní z několika důvodů. Jeho nezaměnitelným přínosem jsou například data z výzkumů JobsIndex, na nichž analytici z LMC dlouhodobě pracují. Publikuje tak původní, relevantní a jinde nedostupné údaje, která personalisté reálně využívají, což LMC Magazín významně odlišuje od ostatních médií, která se trhem práce zabývají. S tím souvisí tvorba případových studií, které přináší cílové skupině relevantní informace, jež může aplikovat v rámci vlastní praxe. Cílovou skupinou tohoto B2B magazínu jsou desetitisíce českých i slovenských personalistů, pro něž doposud nevzniklo primární médium, které by obsáhlo celou škálu informací, jež ke své práci potřebují. LMC Magazín se jako širokopásmový zdroj informací se zaměřuje nejen na HR manažery a "řadové" personalisty, ale záběrem témat osloví také liniové (hiring) manažery, andragogy či psychology. Přinášíme jim praktické návody, ale také inspirace a důvody, proč být hrdí na svou práci.

Strategie:

LMC Magazín je součástí LMC Hubu a plní roli hlavní platformy pro B2B obsah okolo LMC a slouží především pro fáze See a Think – komunikujeme s trhem pozitivně LMC a vytváříme image společnosti a jejích produktů skrz obsah. Cíl: Využitím CTA prvků provázíme čtenáře směrem ke konverzní akci (fáze DO) – což může být v ideálním případě objednávka produktů, případně stažení jejich demoverze, zanechání kontaktu, odběr newsletterů apod.

Nástroje a aktivity

Obsah stojí na 3 pilířích: 1) Kontext: informace o oboru, jeho novinkách a širších byznysových a společenských souvislostech, 2) Výkon: HR pro 21. století. Prostředky, návody a způsoby, jak posunout HR na vyšší úroveň a dodat mu prestiž, kterou si zaslouží, 3) Nástroje: produkty LMC, které pomáhají v každodenní personalistické práci, zvyšují její efektivitu a umožňují věnovat se vlastnímu rozvoji.

Výsledky:

Výsledky měříme pomocí Google Analytics, Mailchimp, Zoomsphere. Médium slouží nejen jako zdroj aktuálních informací a praktických oborových rad, ale také jako úspěšný akvizitní nástroj. Na klientské produkty měsíčně přivádí stovky uživatelů, v tisících dalších mění povědomí o značce LMC a jejích produktech v jejich porozumění a šetří tak čas obchodních zástupců LMC. Od uživatelů dostáváme průběžně a pravidelně pozitivní zpětnou vazbu na obsah a materiály, které jsou pravidelně (minimálně 3x týdně) na webu publikovány.

Weblinky:

<https://www.lmc.eu/cs/magazin/>