
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

To jsou fejky, kámo!

Projekt byl navržen a proveden pro:

KPMG Česká republika

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

KPMG Česká republika a Štěpán Vodrážka

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

Komunikační nástroje:

III.9 Digital & social media – social media

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: Štěpán Kačena

Firma/organizace: KPMG Česká republika

Stručné shrnutí projektu:

Náborové video KPMG „To jsou fejky, kámo!“ si utahuje z falešného úspěchu a zároveň reaguje na to, že více než polovina studentů neví, jakým profesním směrem se po vysoké škole vydá.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Video spot cílí na skupinu studentů a absolventů ekonomických, technických a právnických fakult ve věku 23–27 let. Náborová kampaň, která probíhá na sociálních sítích, má za cíl zvýšit návštěvnost kariérního webu vyrostlijsme.cz a přitáhnout pozornost k otevřeným pozicím.

Strategie:

- Pomocí nadsázky ukázat jeden ze známých pracovních nešvarů – přehánění u pracovního pohovoru.
- Podtrhnout sdělení, že první práci je třeba zvolit dobře, aby studenti za pár let nemuseli u výběrového řízení vařit z vody jako hlavní hrdina.
- Hashtagy #3rokyvKPMG odkázat na webovou stránku, kde studentům ukazujeme, co všechno mohou zažít během tří let v KPMG.

Nástroje a aktivity

Externí kanály

- Kampaň zahájena na sociálních sítích Facebook, Instagram, LinkedIn a YouTube
- Umístění spotu na kariérním webu vyrostlijsme.cz
- Mailingová rozesílka na studenty a absolventy
- Sociální sítě a e-mailové kontakty univerzit
- PPC Ads Google a Sklik
- Prezentace na kariérních veletrzích

Interní kanály

- Video prezentace v kancelářích
- Interní magazín Echo
- Interní mailing

Výsledky:

Od 24. 2. do 18. 3. 2021 (kampaň pokračuje) jsme pomocí spotu získali v relevantní cílové skupině:

- 3 600 návštěv webu vyrostlijsme.cz
- 1 300 zobrazení volných pozic
- 408 000 zobrazení spotu na Facebooku
- 289 000 zobrazení spotu na Instagramu
- 420 000 zhlédnutí videa na YouTube
- 21 000 zhlédnutí videa na LinkedIn

Weblinky:

https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=pT_BDtSvw2I, <https://www.vyrostlijsme.cz/3rokyvkpmg>,
<https://www.facebook.com/kpmgvceskerepublice/videos/143615577530283/>,
https://www.linkedin.com/posts/kpmg-czech-republic_co-%C5%99ekne%C5%A1-za-t%C5%99i-roky-u-pohovoru-ty-activity-6770337134239858688-B0sE/