
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

KPMG30

Projekt byl navržen a proveden pro:

KPMG Česká republika

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

KPMG Česká republika

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

Oborové kategorie:

II.1 Finanční trh a služby

Komunikační nástroje:

III.8 Digital & social media – digitální komunikace

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:

KPMG Česká republika oslavila 8. října 2020 30. výročí. Kvůli covidu nemohly proběhnout žádné reálné akce, slavili jsme proto online pod hashtagem #KPMG30. Cílem kampaně bylo ukázat, že KPMG už 30 let kultivuje české podnikatelské prostředí, ale i osobnosti těch, kteří se značkou spojili kariéru, a při tom se nebere zase tak moc vážně.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Dosah kampaně jsme využili pro náborové aktivity (#vyrostlijsme) a komunikaci byznysových sdělení. Cílovou skupinou byli zaměstnanci KPMG, ale také klienti a potenciální kolegové.

Strategie:

- Využít silnou obsahovou vlnu #KPMG30 na profesní sociální síti LinkedIn, která podporuje organický dosah.
- Využít velký emoční potenciál retro fotografií.
- Propojit silný vizuál s aktuálním sdělením.
- Hashtagem #vyrostlijsme odkázat na obsah náborové kampaně a kariérní web vyrostlijsme.cz.

Nástroje a aktivity

Externí kanály

- Kampaň zahájena na firemním profilu LinkedIn KPMG Czech Republic „devadesátkovým“ gifem
- Následují osobní příspěvky zaměstnanců
- Navazuje obsah na instagramovém profilu KPMG_cz
- Autorský text Mojmíra Hampla (KPMG.cz, Marwick.cz)
- Mailing magazínu Marwick

Interní kanály

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

Výsledky:

22 příspěvků na LinkedInu získalo v relevantní cílové skupině:

- Více než 158 tisíc zobrazení pro 50 tisíc uživatelů,
- 50 350 zobrazení na profilu KPMG,
- 2 307 lajků a 133 komentářů,
- Nejúspěšnější posty nasbíraly organicky 30 950, 22 450 a 17 280 zobrazení.

Click-through-rate byl 4,42 %.

Kampaň proběhla v říjnu 2020 a celkové náklady byly 14 200 Kč (jeden sponzorovaný příspěvek).

Weblinky:

https://www.linkedin.com/search/results/all/?keywords=%23KPMG30&origin=GLOBAL_SEARCH_HEADER,
<https://www.linkedin.com/feed/update/urn:li:activity:6719865918744207360/>, <https://www.marwick.cz/zivot/kpmg-a-svoboda-30-let-spolu>