
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Cloud je nuda (nebo ne?)

Projekt byl navržen a proveden pro:

T-Mobile Česká republika

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

AC&C PR

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

Oborové kategorie:

II.4 Technologie, IT

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: Martin Frýdl

Firma/organizace: ACC Public Relations

Stručné shrnutí projektu:

Na jaře přešli na home-office všichni, kdo mohli. Spolu s tím se ale v každé firmě vyrojily otázky – jak umožnit lidem efektivně a bezpečně pracovat na dálku? Jak sdílet soubory a komunikovat tak, aby nebyl ohrožen chod firmy? Pro Microsoft a T-Mobile, dva významné hráče, kteří se zabývají cloudovými řešeními, jsme vytvořili B2B komunikaci, která cílila na CIOs, CFOs a IT manažery největších firem. Nenásilnou formou jim připomněla cloudová řešení obou firem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Záměrem komunikace bylo ukázat cílové skupině výhody cloudových řešení a doručit informace, že je T-Mobile a Microsoft nabízejí. Hovořili jsme k lidem, kteří jsou ve velkých firmách odpovědní za oblast IT – CIOs, CFOs a IT manažeri – tedy vrcholní manažeri, kterých je po celém Česku jen několik stovek. Nemělo smysl cílit na ně přes média. Jednak příliš nemají čas je konzumovat a také by to bylo jako jít s kanónem na zajíce.

Strategie:

Z veřejných zdrojů jsme po důkladné rešerši vytvořili databázi 364 lidí z naší cílové skupiny. Pro ně jsme připravili průzkum na stránkách odborného portálu SvětChytře.cz, který sbíral informace o využívání cloudu ve firmách. Poslali jsme všem odkaz na vyplnění průzkumu, zároveň jsme na ně cílili placenou podporou přes LinkedIn. V půlce sběru dat jsme u těch, kdo ještě nevyplnili, podpořili zveřejněním částečných výsledků průzkumu a odborných článků. Po konci sběru dat jsme uskutečnili kulatý stůl na toto téma se zástupci firem a klientů. Celý projekt završil direct mail pro celou databázi ve formě tištěné brožury s výsledky průzkumu a s nabídkou na cloudové služby. Kontakty na všechny, kdo s námi během projektu interagovali, pak dostali k dispozici klientští pracovníci, aby mohli na komunikaci navázat nabídkou služeb.

Nástroje a aktivity

Nosný prvek komunikace – průzkum – byl umístěn na odborném portálu SvětChytře.cz. Kvůli jeho vyplnění bylo osloveno 364 odpovědných lidí, na které jsme zároveň cílili kampaní na LinkedIn. Výsledky průzkumu byly diskutovány na kulatém stole za účasti odborníků ze společností T-Mobile a Microsoft. Na SvětChytře.cz probíhala po celou dobu série odborných článků na dané téma, které byly promovány přes LinkedIn. Byla také vydána tisková zpráva s výsledky pro další odborná média. Závěry projektu obdrželo všech 364 odpovědných osob v tištěné podobě ve formě brožury a v elektronické podobě s linkem na záznam z odborného kulatého stolu na téma výsledků průzkumu.

Výsledky:

Díky přesnému zacílení, kampani na LinkedIn a zajímavému obsahu se nám podařilo vytipované skupině předat naše sdělení. Tím, že obsahovalo jasná a konkrétní data a nebylo prvoplánově marketingové, bylo cílovou skupinou vnímáno pozitivně – což ukázala i míra návratnosti průzkumu – vyplnila jej zhruba šestina všech oslovených. To je při práci s vytíženými vrcholovými manažery velmi dobrý výsledek.

Weblinky:

<https://www.svetchytře.cz/a/pkjVW/jak-si-ceske-firmy-zvykaji-na-novy-normal-v-cloudu>