
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

ReThink

Projekt byl navržen a proveden pro:

Konica Minolta

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Focus Agency, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - časopisy

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: Robert Svoboda

Firma/organizace: Focus Agency, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Konica Minolta patří mezi lídry v oblasti tiskových řešení, nicméně zejména v posledních rocích výrazně rozšířila svoje portfolio a stala se tak kvalitním dodavatelem digitálních řešení.

V rámci globální kampaně „ReThink“ jsme pro společnost připravili B2B časopis se stejnojmenným názvem, jako symbol „přerodu“ značky v digitálního partnera firem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem nové komunikační strategie společnosti Konica Minolta je změnit vnímání značky v očích spotřebitelů. V souladu s firemní strategií bylo našim záměrem oslovit klienty i potencionálních zákazníky moderním časopisem s užitečnými tématy, které sledují aktuální z oblasti IT technologií.

Strategie:

Dle realizovaného průzkumu klienta bylo zřejmé, že většina dotazovaných považuje značku KM jako výrobce tiskových řešení a povědomí o dalších nabízených službách je velmi nízké.

Vzhledem k šířce portfolio jsme pro prezentaci produktů, především pak odborné kompetence, využili tištěný formát firemního časopisu.

Nástroje a aktivity

Důkladnou interní analýzou jsme zmapovali nejpoblárnější technologické časopisy a témata. Naším úkolem nebylo pouze přetlumočit trendy ze zahraničí, ale nalézt vhodné subjekty a společnosti, které udávají trendy v českých technologiích. Pro tento účel jsme oslovili například SemanticVisions nebo platformu ReSite. Design časopisu prošel před vydáním několika změnami. Nicméně v konečné podobě zvítězila kombinace izometrické grafiky a kvalitních fotek. Ústředním téma časopisu je případová studie klienta – popis transformace české značky TON.

Výsledky:

Po půlročních přípravách jsme na jaro 2020 rozeslali kolem 2500 výtisků prvního čísla časopisu ReThink. Na celkem 44 stránkách se můžete dozvědět jaké kybernetické hrozby nám aktuálně hrozí, jak vám chytré kamery můžou značně ušetřit náklady na výrobu nebo hlubší insight o jedinečné vývojové laboratoři KM v Brně. Zpětným telefonickým ověřením jsme zjistili, že se časopis dostal do správných rukou v 73 % případů.

- 57 % respondentů si titul vybavuje
- 41 % respondentů si přečetlo alespoň jeden článek
- 21 % respondentů si správně vybavili alespoň jeden článek

Další pozitivní reakce ze strany zákazníků na titul přichází od obchodních zástupců, kteří titul dále distribuují a jeho prostřednictvím rozšiřují povědomí o IT službách firmy Konica Minolta.