
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Web Univerzitníměsto.cz

Projekt byl navržen a proveden pro:

Univerzita Palackého v Olomouci (oddělení komunikace)

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

oddělení komunikace Univerzity Palackého v Olomouci

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.5 Firemní publikace - webové stránky

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: Tomáš Franta

Firma/organizace: oddělení komunikace Univerzity Palackého v
Olomouci

Stručné shrnutí projektu:

Olomouc je jedinečné univerzitní město. A právě proto se s tímto konceptem rozhodlo oddělení komunikace Univerzity Palackého pracovat při nové kampani zaměřené na „lov“ nových studentů. Uživatelsky jednoduchý a graficky osobitý web Univerzitnimesto.cz funguje jako interaktivní virtuální průvodce, na jehož konci stojí podání přihlášky na olomouckou univerzitu. Výhodou je i návaznost webu na speciální mobilní aplikaci.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Koncept „Olomouc – univerzitní město“ se v posledních pěti letech stal leitmotivem propagace UP směrem k zájemcům o studium. Svěží a vizuálně působivý náborový web, který uchazečům o studium atraktivně představuje výhody olomouckého vysokoškolského života, tak tento koncept dotahuje do konce. Vizuál užitý na webu pochází z autorské dílny uměleckého kolektivu a zároveň koresponduje s jednotným vizuálním stylem univerzity, proto je i nadále rozvíjen napříč všemi oblastmi a PR materiály k letošní uchazečské kampani.

Cílem bylo ve spolupráci s týmem externích spolupracovníků (UX designéři, programátoři, výtvarníci aj.) – shodou okolností absolventů UP – vytvořit takovou webovou platformu, která bude přehledně informovat o studentském životě v Olomouci, nabídce studijních programů, VŠ veletržích, dnech otevřených dveří a v neposlední řadě studenty „dovede“ k podání přihlášky na UP.

Cílovými skupinami jsou tedy především maturitní ročníky středoškoláků, ale pozornost je v neposlední řadě věnována též studentům navazujícího magisterského studia a doktorandům.

Strategie:

Hlavní strategií je prostřednictvím čtivých textů a audiovizuálních prvků a obsahů ukázat studentům výhody, možnosti a atmosféru studentského života v Olomouci. Deset důvodů, proč studovat v Olomouci, průvodce základními pojmy a možnostmi studia, speciální podstránka s rozcestníkem na vizuálně i obsahově atraktivní aktivity UP, průvodce podáním přihlášky a přehledný katalog studijních programů – to vše ve virtuální prohlídce na návštěvníky webu Univerzitnimesto.cz čeká.

Jedna ze sekcí webu cílí také přímo na slovenské uchazeče, Slováci totiž tvoří více než 10 % všech studentů UP. Speciální stránka zájemcům ze Slovenska přibližuje studium v Olomouci z jejich perspektivy „zahraničního“ studenta.

Nástroje a aktivity

- Přehledný katalog studijních programů – výběr dle tematických oblastí a fulltextové vyhledávání pracující se specifiky českého jazyka.
- Propojení s mobilní aplikací Studuj na UP a zaslání push notifikací zájemcům o studium do mobilních aplikací (např. s termíny podání přihlášek).
- Možnost implementace moderované diskuze a chatu během online dne otevřených dveří.
- Interaktivní rozcestník na streamovací platformy.
- Propojení hlavní stránky s Instagramem UP, jakožto aktuálně nejsilnější sociální sítí Univerzity Palackého.

Výsledky:

Za tři měsíce fungování web navštívilo 74 000 unikátních návštěvníků. O úspěšnosti zvolené strategie může zprostředkovaně hovořit také fakt, že navzdory absenci kontaktní kampaně z důvodu pandemické situace se počet podaných přihlášek na UP o více než 15 % na 32 000.

Weblinky:

<https://www.univerzitnimesto.cz/>