
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nový web komunikační agentury Lesensky.cz

Projekt byl navržen a proveden pro:

Lesensky.cz

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Lesensky.cz

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: Roman Kučera

Firma/organizace: Lesensky.cz

Stručné shrnutí projektu:

Při výběru komunikační agentury ovlivňuje potenciálního zákazníka řada faktorů. Roli zde hraje důvěryhodnost, srozumitelnost nabídky a orientační přehled cen. Značný význam mají také reference a síla značky. Pro naši agenturu Lesensky.cz jsme stvořili nový moderní, srozumitelný a důvěryhodný web, který funguje jako obchodní nástroj, jako advokát repositionovaného brandu a komunikátor firemních hodnot. Zároveň usnadňuje prodeje a snižuje náklady na marketing.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**CÍLE:**

- Prezentace nového portfolia služeb a získání nových zákazníků (OBCHOD)
- Posílení značky, etablování nové pozice „fullservis“ agentury (BRAND, PR)
- Technická optimalizace webové prezentace (MARKETING)
- Informační podpora a snížení nákladů na obchod a marketing (SALES A MARKETING)
- Snížení významu prezentace firemní kultury a HR na webové stránce (BRAND)

CÍLOVÉ SKUPINY:

- Potenciální zákazníci (velké firmy: jednatelé, vrcholový management, marketing a PR manažeři)
- Stávající zákazníci (pro cross sell)
- PR a marketingoví odborníci a pracovníci

Strategie:

Web vznikl na základě analytické evaluace původního webu, zhodnocení konkurence, nově identifikovaných potřeb agentury a trendů webdesignu. Největší důraz byl proto kladen na vstupní analýzy, na jejichž základě byl vytvořen repositioning, tonalita a redesign nabídky agentury. Následně vznikla obsahová struktura, obsahová strategie, UX a design a poté se kódovalo. Web má zafungovat nejen jako nová online prezentace, ale i jako startovní můstek repositioningu značky Lesensky.cz.

Nástroje a aktivity

Východiskem pro nový web byla důkladná analytická práce:

1. Analýza webů a obsahové strategie konkurence
2. Interní analýza obchodního procesu a zákaznických cest
3. SEO a SERP analýza konkurence
4. Průzkum positioningu a výrazových prostředků vybraných agentur.
5. Průzkum mezi zaměstnanci a zákazníky Lesensky.cz na téma „Brand personality“ a „Vnímání agentur na trhu“
6. Technická analýza webu vs. nové technologie

Z analýz a diskuzí vyplynulo, že agentura nově potřebuje namísto „vysvětlování podstaty“ svých služeb „ukazovat jejich reálný dopad“. Zásadními úkoly pro nový web tak bylo:

- 1) Zjednodušení nabídky služeb
- 2) Stanovení nového komunikačního stylu
- 3) Redesign a vyzdvižení případových studií
- 4) Redesign Kalkulátoru služeb a ceníku

Vznikl také Marketingový slovník, který zlepšuje pozice SERP, SEO a cen PPC reklamy. Díky němu nejsou hlavní stránky „přeplněné klíčovými slovy“ a web je i přesto dobře dohledatelný. Důraz byl také kladen na technické zpracování, zrychlení webu a jeho lepší přístupnost.

Výsledky:

- 1) Web plně koresponduje s repositioningem a prezentuje nové služby a hodnoty
- 2) Web ukazuje širokou škálu referencí v přehledném a moderním designu
- 3) Z hlediska SEO, SERP a technologií podává nadstandardní výsledky
- 4) Kalkulátor a ceník usnadňují sales a práci obchodního oddělení

Podrobnější informace ohledně návštěvnosti a konverzí si komplexněji vyhodnotíme 3 měsíce od spuštění. Nyní se upřímně radujeme z toho, že jsme po několika měsících ladění stihli web přihlásit do Lemura 2021 :)

Weblinky:

www.lesensky.cz, www.lesensky.cz/pr-a-marketingove-sluzby, www.lesensky.cz/pripadove-studie, www.lesensky.cz/marketingovy-slovník