

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Sociální síť EUROVIA CS

Projekt byl navržen a proveden pro:

Stavební skupina EUROVIA CS

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.9 Digital & social media - social media

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: Karolína Rychtecká

Firma/organizace: Bison & Rose

#### Stručné shrnutí projektu:

Ježek a pavouk v dopravně-inženýrské stavební firmě? Jaký je rozdíl mezi asfaltem a asfaltovou směsí? Odpovědi najdete na sociálních sítích stavební skupiny EUROVIA CS. Když jsme dostali zadání je oživit, hledali jsme cestu, jak se odlišit od konkurence. Vedle hezkých fotografií a zpráv o aktuálních projektech jsme se rozhodli nabízet informace, díky nimž získáte nové vědomosti. Můžete nahlédnout pod ruce profesionálům ze staveb, laboratoří a dílen nebo poznat moderní technologie a stroje.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Když se řekne dopravně-inženýrská stavební firma, možná si představíte dělníka s lopatou nebo nepovedený kus silnice/dálnice. Tohle klišé jsme se rozhodli změnit. Dali jsme si cíl ukázat nejen lidem se zájmem o stavebnictví a dopravu, ale i široké veřejnosti, že působnost stavební firmy je daleko rozsáhlejší a některé činnosti jsou velmi zajímavé.

Kromě toho chceme prostřednictvím sociálních sítí EUROVIA CS zvýšit povědomí o značce a celém sektoru dopravně-inženýrského stavebnictví.

#### Strategie:

Podkladem pro tvorbu strategie byla pečlivá analýza stavu sociálních sítí před jejich proměnou. V té době existoval pouze Facebook a LinkedIn EUROVIA CS. A po důkladné segmentaci témat jsme se rozhodli založit účet firmy také na Instagramu.

Chtěli jsme pro naše fanoušky vytvořit místo, kde se dozvědí něco nového. Určili jsme proto širokou škálu témat, která tento cíl naplňují. Rozhodli jsme se otevřít dveře do našich laboratoří a dílen, představit stroje i technologie, které při stavbách používáme a pomáhají nám šetřit životní prostředí. Zároveň jsme chtěli rozvinout téma bezpečnosti na stavbách, a to hlavně směrem k projíždějícím řidičům. Nezapomněli jsme ani na zaměstnance, se kterými jsme se rozhodli seznámit naše publikum, abychom ukázali, že stavaři jsou kvalifikovaní odborníci a na trhu práce se těžko shání.

Všechny tematické celky jsme začali komunikovat podle povahy jednotlivých sítí a hlavních cílových skupin, které jsou pro ně typické. Obsah jsme začali ladit srozumitelně a poutavě, nastavili jsme vstřícný tón komunikace. Podstatnou součástí strategie byla také fixace vizuálního stylu a udržení ideální frekvence příspěvků.

#### Nástroje a aktivity

Naleznete v přiložené prezentaci.

#### Výsledky:

Díky obsahu a zvolené strategii se povedlo zvýšit organický dosah sociálních sítí EUROVIA CS o stovky procent, stejně tak narostla interakce s profily. Na sociálních sítích o nás začali mluvit nejen naši fanoušci, ale i další veřejné stránky (kraje, Ministerstvo dopravy ČR nebo třeba ŘSD a SŽ), sdílejí příspěvky, označují nás, komentují a lajkují. Všemi změnami se povedlo pro sociální síť EUROVIA CS najít vlastní cestu, odlišit se od jiných stavebních firem a bez velkých investic do nákupu médií postupně budovat komunitu s relevantními fanoušky.

#### Weblinky:

<https://www.facebook.com/StavebniSkupinaEUROVIACS>, [https://www.instagram.com/eurovia\\_cs/](https://www.instagram.com/eurovia_cs/), <https://www.linkedin.com/company/eurovia-cs/>