
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Pojďte do toho s námi!

Projekt byl navržen a proveden pro:

Ball Beverage Packaging s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ewing s. r. o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Tereza Gyurjánová

Firma/organizace: Ewing s. r. o.

Stručné shrnutí projektu:

Společnost Ball je globálním lídrem ve výrobě plně recyklovatelných nápojových plechovek. Na Plzeňsku působí již přes 25 let. Firma v roce 2020 oznámila záměr postavit v Plzni nový výrobní závod. Investice v hodnotě 4,5 miliardy Kč patří mezi největší svého druhu v tomto regionu za poslední roky. Město Plzeň se však dlouhodobě potýká s vysokou kriminalitou spojenou se zaměstnáváním zahraničních dělníků. Panovaly rovněž obavy o zatížení dopravní infrastruktury či dopadu na životní prostředí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu bylo rozptýlit všechny neopodstatněné obavy (další montovna, zatížení dopravy, příliv levné pracovní síly) v souvislosti se společností Ball a jejím výrobním závodem, a to jak u širší veřejnosti, tak i u místních decisionmakerů. Záměrem tedy bylo představit formou ucelené a intenzivní komunikační kampaně společnost Ball, jejíž povědomí v regionu do té doby nebylo příliš velké, a zároveň přesvědčit lokální politiky, aby se nebáli posvětit projekt, který přinese nová pracovní místa a technologie. Sekundárním požadavkem klienta pak bylo ve stejném čase odstartovat náborovou kampaň.

Strategie:

V první rané fázi projektu jsme z pověření klienta oslovili všechny klíčové decisionmakery v rámci jednotlivých stran v Zastupitelstvu města Plzně. Prostřednictvím rozhovorů jsme identifikovali nejpálčivější témata. V rámci těchto zjištění vznikla PPT prezentace a zastupitelé obdrželi pozvánku na prohlídku stávající výroby společnosti Ball nedaleko Plzně, kde mohli jednak nahlédnout do výroby, ale zároveň dostat vysvětlující informace týkající se jejich obav z nového projektu v Plzni.

V druhé fázi vznikla ucelená ATL kampaň s ústředním sloganem „Pojďte do toho s námi!“. Dvojsmyslný slogan působil směrem k širší veřejnosti jako náborová kampaň zahrnující prvky brand awareness. Současně působil na místní politické představitele ve veřejném prostoru tak, aby se nebáli podpořit projekt výstavby nového závodu.

Nástroje a aktivity

Klíčovými obsahovými prvky kampaně bylo zdůrazňování následujících detailů:

- Společnost má na Plzeňsku tradici (25 let)
- Společnost už dnes dává práci 170 lidem z Plzeňska
- Společnost klade velký důraz na technologie, péči o zaměstnance a odpovědnost k životnímu prostředí
- Společnost vyrábí produkt, který je v podstatě donekonečna recyklovatelný

Kampaň zahrnovala všechny standardní komunikační kanály:

- Microsite
- Billboardy (Plzeň)
- Lokální tištěná inzerce
- Rozhlasové spoty
- PPC kampaň
- Bannerová kampaň
- Facebook
- Komunikace s novináři

Do jisté míry nestandardním prvkem byl branding tramvaje v rámci plzeňské MHD. Záměrně byla vybrána taková linka tramvaje, která projíždí okolo plzeňského magistrátu. Právě i zde dominoval slogan „Pojďte do toho s námi!“.

Výsledky:

Zastupitelstvo města Plzně odsouhlasilo potřebné kroky k tomu, aby bylo možné zahájit další fázi povolovacího procesu. Společnost Ball dnes již staví nový výrobní závod a nabírá 200 nových zaměstnanců.