
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nepostradatelný LMC Content Hub

Projekt byl navržen a proveden pro:

LMC s.r.o.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Boomerang Communication

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

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 Valentová

Firma/organizace: Boomerang Communication

Stručné shrnutí projektu:

Jen málokterým značkám se povede být synonymem své kategorie. Společnost LMC k tomu pomalu, ale jistě směřuje nejen díky svým produktům pro personalisty, ale také díky obsahu, který je u odborné veřejnosti rok od roku žádanější.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Společnost LMC nabízí rodinu produktů pro personalisty, mezi které patří nejpoužívanější pracovní portály Jobs.cz a Práce.cz, veřejná databáze hodnocení firem Atmoskop.cz, vzdělávací portál Seduo.cz nebo komplexní platformu pro nábor – Teamio. Její příjem je tedy plně závislý na investicích do HR. Jenže právě HR oddělení je dlouhodobě podceňovanou oblastí firmy, která se potýká s nezájmem, nedostatečným respektem, a tedy i nízkými finančními prostředky (LMC, Direct People, 2017). Cílem komunikace LMC je tuto situaci postupně měnit k lepšímu.

Cílovou skupinou tak jsou personalisté, profesionálové v oboru HR. Sekundárně pak všichni pracovníci, kteří mají v agendě nábor, firemní vzdělávání nebo péči o zaměstnance, což jsou obzvláště v podnicích ze segmentu SME i manažeři, majitelé firem nebo asistentky. Na základě výsledků z výzkumu pracujeme s 5 personami: 1.) Pan HR, 2.) Manažer, 3.) Týmová manažerka, 4.) Snaživá začátečnice, 5.) Spolehlivá pomocnice.

Strategie:

Dlouhodobou strategií LMC je pomáhat s problémy personalistů a řešit je nejen prostřednictvím produktů, ale i díky podpůrné komunikaci. Díky tomu mohou personalisté dosahovat lepších výsledků a budovat z HR plně respektovanou součást firmy, do níž chtějí společnosti investovat své peníze.

Nástroje a aktivity

Komunikačním prostředkem je obsahový marketing, který pro personalisty funguje jako pomocník-vzdělávač a pro LMC jako imaginární B2B superobchodník, který připravuje půdu pro akci reálných obchodníků. Ti by jinak nebyli schopni věnovat soustředěnou a pravidelnou péči každému zákazníkovi, která zvyšuje jejich revenue o 10 % (ověřeno experimentálně LMC, 2018), natož oslovovat plný potenciál trhu (90 000 personalistů, zdroj: ČSÚ/Direct people 2017).

Výsledky:**HIGHLIGHTS:**

LMC webový magazín: o 229 % více stažení PDF a XLS materiálů než v roce 2020

LMC webový magazín: o 21 % vyšší průměr měsíčně přečtených článků než v roce 2020

Tištěná a online Ročenka: o 60 % více stažení než v roce 2020

SEO: o 42 % více než v roce 2020

Tištěná a online Ročenka: celkem přes 4.500 stažení

Podcast NaHRávky: 12 807 spuštění s ø 55% doposlouchaností

YouTube: celkem 2 771 hodin s videoobsahem obsahem

HR Akademie: průměrné hodnocení pomocí nástroje Hotjar 9,33 z 10 (n=82)

Weblinky:

<https://magazin.lmc.eu> , <https://www.youtube.com/c/LmcEu>