
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Srdcem Ostravak

Projekt byl navržen a proveden pro:

P3 Logistic Parks

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ogilvy, s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.3 Business-to-Business

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: Natálie Sedláčková

Firma/organizace: Ogilvy, s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Přijdete, představíte se a pak je před vámi propast 12 měsíců, než začnete něco dělat. I tak by se dala popsat situace průmyslového developera P3 v Ostravě a jeho touha smysluplně vyplnit komunikační vakuum do doby vydání stavebního povolení. Zaplnili jsme ho srdcem. Pozitivní vztah k městu a jeho lidem jsme demonstrovali sérií exkluzivních rozhovorů Srdcem Ostravák se zdejšími rodáky a CEO P3 Tomášem Míčkem, edukační kampaní Žiješ srdcem ve spolupráci s mediky z Loono a příběhovými B2B videem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Na konci roku 2020 představil průmyslový developer P3 svůj záměr postavit na vítkovickém brownfieldu obchodně průmyslovou čtvrť. Po úvodní brand-awaressové fázi následoval téměř rok čekání na vydání stavebního povolení. Komunikačním cílem bylo udržet povědomí o plánovaném projektu a postupně posilovat znalost značky P3 zejména u byznysové, ale i široké veřejnosti v Ostravě.

Strategie:

K dispozici nebyly žádné nové informace. Předchozí příběhová linka pracovala s propojením minulosti s budoucností. Na to jsme navázali profilací ředitele P3 Tomáše Míčka jako místního rodáka, který chce městu zajistit ještě lepší vyhlídky. Projekt je jeho srdeční záležitostí, a navíc je umístěn v srdci města. Motiv srdce je pojítkem celé komunikace, a proto jsme se rozhodli spojit byznys s charitou a podpořit preventivně-edukační projekt organizace Loono s názvem Žiješ srdcem. Stejný motiv se prolíná i B2B videem, které ukazuje budoucnost P3 Ostrava Central a díky němuž si mají potenciální partneři Ostravu zamilovat.

Nástroje a aktivity

Pro etablování jména Tomáš Míček v ostravské B2B komunitě jsme zvolili byznysově lifestyleový časopis Patriot a vytvořili v něm pravidelnou rubriku Srdcem Ostravák. Ve čtenářsky stále atraktivnějších rozhovorech se ředitel ptá osobností ostravského byznysu i veřejného života (např. Jan Světlík, Tomáš Salomon, Jan Rafaj aj.) nikoliv na jejich práci, ale například na to, jakou muziku poslouchali, když jim bylo 15 let, nebo kde podle nich leží srdce Ostravy.

Aby srdce Ostraváků byla co nejdéle zdravá, objednali jsme u mediků z Loono preventivně-osvětový program Žiješ srdcem. Byla to jejich premiéra v Ostravě. Na možnost přijít si před obchodní centrum Karolina poslechnout své srdce a dozvědět se o něm něco více jsme veřejnost zvali plakáty v tramvajích, lokalizovanými příspěvky na sociálních sítích, a ve videu s osobním vzkazem CEO.

Výsledky:

Rozhovory Srdcem Ostravák čtenáře baví. Tvář Tomáše Míčka se objevuje v každém vydání časopisu, a díky tomu se mu snáz navazují B2B kontakty. Tím, že P3 organizaci Loono otevřela dveře do nového regionu, pomohla komunitě a zároveň potvrdila svou roli skutečného byznysového partnera, který ostatním pomáhá růst.

Rok bez faktických komunikačních témat jsme efektivně využili k budování reputačního kapitálu. Silný narativ nové ostravské kapitoly a motiv srdce se staly hlavními stavebními kameny vztahů s veřejností, obecnou i byznysovou.

Weblinky:

<https://www.patriotmagazin.cz/srdcem-ostrovak-nezapominam-se-divat-nahoru-rika-jan-rafaj>, <https://www.youtube.com/watch?v=uiA0UQMHDMc>, <https://app.frame.io/presentations/d8244120-62e1-4664-b294-31a2214bfef5>