
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Tesco slaví 25. narozeniny

Projekt byl navržen a proveden pro:

Tesco Stores

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Tesco Stores

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

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: Jiří Netík

Firma/organizace: Tesco Stores ČR a. s.

Stručné shrnutí projektu:

Když společnost působí čtvrt století na lokálním trhu, je potřeba to náležitě oslavit. A s kým jiným než se zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé a dalšími partnery. Proto jsme připravili roční komunikační kampaň, abychom všem zúčastněným připomenuli, že Tesco je s nimi již 25 let a přináší jim řadu překvapení, a ačkoliv narozeniny slaví Tesco, dárky dostávají všichni okolo. Součástí kampaně bylo představení hlavních historických milníků Tesco v České republice.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo přivzvat k oslavám úplně všechny, od zaměstnanců, zákazníků, dodavatelů, svazů, neziskových organizací, orgánů státní správy a samosprávy až po širokou veřejnost i média, pro která jsme připravili speciální soutěž. Každý tak měl možnost připomenout si, že v roce 1996 vstoupil britský řetězec Tesco na český trh. Kampaň se nesla v duchu "My slavíme, ale dárky dostáváte vy!" Tím jsme chtěli ukázat, že bez zaměstnanců, zákazníků, obchodních partnerů a dalších stakeholderů bychom nebyli tím, kým jsme.

Strategie:

Tesco svým vstupem na lokální trh přineslo mnoho novinek, které znamenaly velký posun v oblasti maloobchodu, a to od samoobslužných pokladen, propracovaného věrnostního programu Clubcard, vlastních oděvů F&F a mnoho dalšího. A tak jak inovace přicházely postupně, stejně tak jsme my rozdělili komunikaci do několika fází. Začali jsme velkou interní kampaní na kolegy, kterým jsme přinášeli v průběhu celého roku řadu překvapení včetně mimořádné slevy 25 % na veškeré nákupy. Na interní kampaň navázala externí - marketingové aktivity na zákazníky a PR aktivity zaměřené na média a další stakeholdery. Všem cílovým skupinám jsme postupně ukázali cestu, kterou Tesco za posledních 25 let ušlo.

Nástroje a aktivity**Interní komunikace:**

- řada soutěží pro kolegy (historický online kvíz, soutěž o nejstarší fotku)
- podcast 25vs25 (střet generací - 25letý kolega vs kolega s 25letou praxí v Tesco)
- video gratulace od významných osobností (Tomáš Prouza, britský velvyslanec Nick Archer, Radka Rosická, Dana Batulková a další)
- webcast pečení narozeninového dortu s Jendou Jirkou (účastník pořadu Peče celá země)
- rozhovory s kolegy
- edukativní omalovánky pro děti kolegů
- odznaky s logem 25, nový look zaměstnaneckých stránek a interního newsletteru
- 25% sleva na nákupy v Tesco
- představení TOP managementu zábavnou formou
- Tesco lásky - představení párů, které se poznaly v Tesco

Externí komunikace:

- soutěž pro média (nejstarší publikovaný článek o Tesco)
- soutěž pro zákazníky
- soutěž pro širokou veřejnost ve spolupráci s Evropou 2
- rozsáhlá digitální kampaň (microsite, sociální sítě, bannery, newsletter)

Výsledky:

Kampaň byla vnímána velmi pozitivně všemi cílovými skupinami (dotazníky). Cílili jsme na 10000 kolegů a miliony zákazníků (včetně 1,2 mil. Clubcard uživatelů). Zaznamenali jsme velkou účast ve všech realizovaných aktivitách a díky našim zaměstnancům jsme získali spoustu historických fotek z dob, kdy Tesco na českém trhu začínalo. V digitálu jsme dosáhli strategických výkonnostních KPIs.

Weblinky:

<https://itesco.cz/narozeniny/>