
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

HRnek

Projekt byl navržen a proveden pro:

LMC

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Boomerang Communication s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Firemní publikace - brožury, bulletiny, newslettery

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:

Newsletter HRnek chodí každé úterní ráno všem, kdo se zajímají o dění v českém i světovém HR. Odlehčenou formou informuje o novinkách v oblasti pracovního práva, vzdělávání zaměstnanců a o trendech v personalistice. Zprávy čerpá z českých i zahraničních zdrojů a doplňuje je o novinky z Magazínu LMC. Za dva roky své existence se stal pro HR profesionály nejživějším zdrojem informací z oboru.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

HRnek vyniká vtipem a odlehčenou tonalitou, přestože komunikujeme na B2B. Perex je často psaný s nadsázkou a humorem, jednotlivé aktuality podáváme čtivě a srozumitelně. Textový obsah navíc dokreslují originální grafické prvky. V úvodu newsletteru je vždy gif, který reaguje na aktuální dění či reflektuje sezonalitu. Text newsletteru doplňují citace, interaktivní obrázky nebo obrázkové hádanky. Pro personalisty je to unikátní zdroj užitečných informací, který je zároveň pobaví a zlepší jim pracovní den.

PRIMÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA: personalisté s důrazem na ty, kteří mají v agendě recruitment a firemní vzdělávání.

SEKUNDÁRNÍ CÍLOVÁ SKUPINA: manažeři, teamleadři, majitelé malých podniků (SME).

Strategie:

Tento newsletter patří do komplexní komunikační strategie pro LMC, konkrétně pro segment B2B. Plní roli netradičního a zároveň užitečného obsahu, který odběratelům pravidelně chodí do e-mailových schránek. Je to výběr zásadních oborových informací a pomáhá cílové skupině udržet aktuální přehled o dění na trhu práce. Zároveň zpřijemňuje start týdne. Pozornost poutá na první pohled, je přehledný, má snadno zapamatovatelný design a vzbuzuje zvědavost. Závěrečná část newsletteru posiluje značku LMC a odkazuje na vlastní media, nejčastěji Magazín LMC a konkrétně články, videa nebo podcasty, občas i webináře produktů LMC. Konverzi podporuje silný CTA prvek, který odvádí na požadovanou URL.

Nástroje a aktivity

Vizuální stránka HRnku se každý týden mění. Typický je pro newsletter originální header s logem newsletteru. Je to gif, který se mění se podle významných dnů, sezóny, počasí nebo dle aktuálních zpráv. V těle newsletteru se střídají statické obrázky s interaktivními obrázky. Odběratelé si tak mohou přečíst zajímavý citát, zkusit jednoduchý kvíz, kdy se odpověď zobrazí po najetí myši na obrázek, nebo narazí na HR tip, který odkazuje na článek z Magazínu LMC. Veškeré interaktivní prvky zpracováváme tak, aby fungovaly i ve statické podobě, když je e-mail nezobrazí korektně. Obsah shrnuje novinky z HR oboru. Jde o aktuální informace, které vybíráme a zpracováváme až den před rozesílkou.

Výsledky:

Základní měření probíhá v Mailchimu, přes který i rozesíláme a testujeme + využíváme Google Analytics. Náš primární cíl je Open rate, který se dlouhodobě drží kolem 23 %. Měříme také CTR, které se drží na průměrných 4.0 %. Vzhledem k tomu, že obsah už je součástí těla newsletteru, není pro nás Click rate v tomto případě stěžejní.

Weblinky:

<https://mailchi.mp/lmc/2021-09-07-web-hrnek-vitr-ve-vlasech?e=05346f3dc9>, <https://mailchi.mp/lmc/2021-10-12-web-hrnek-o-lidech?e=05346f3dc9>, <https://mailchi.mp/lmc/2021-04-20-hrnek-web-cekani?e=05346f3dc9>