
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Nový web agentury Adison

Projekt byl navržen a proveden pro:

Creative Adison

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Creative Adison

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.5 Firemní publikace - webové stránky

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: Alžběta Fridrichová

Firma/organizace: Creative Adison

Stručné shrnutí projektu:

Přestože náš dosavadní web každou chvíli někdo pochválil, sami jsme s ním v Adisonu spokojení nebyli. A protože ani stará identita neodrážela to, kým v roce 2022 jsme, rozhodli jsme se změnit i tu a zřetelně naformulovat, co jsou naše firemní hodnoty. Tak, abychom prostřednictvím nových stránek potenciální klienty i kolegy přesně seznamovali s tím, kdo jsme a co a jak děláme. A byli schopni nacházet takové, kteří se na komunikaci dívají stejně.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Nový web Adisonu nemá být jen hezkou fasádou, ale hlavně odrazem toho, jak a čím se chceme prezentovat – moderním přístupem k PR komunikaci i řízení agentury postaveným na hodnotách lidskosti, rozvoje a kreativity.

S těmito prioritami byl web tvořen pro tři cílové skupiny:

- 1) klienti – potenciální i stávající,
- 2) potenciální kolegové,
- 3) další profesionálové v oboru marketingové komunikace.

Strategie:

Strategie tvorby webu byla postavena na 3 pilířích:

- Důraz na prezentaci značky – jak po stránce hodnotové, tak vizuální. Aby bylo trhu jasné, kým jsme – agenturou, která se zajímá o lidi, nepřestává se rozvíjet a efektivně pracuje s kreativitou.
- Představení našich schopností a zkušeností – prostřednictvím klientských referencí, testimonialů, případových studií i seznamu služeb.
- Dlouhodobá obsahová strategie – protože průběžně na blogu ukazovat výsledky práce, inspirovat, komentovat dění nebo shrnovat agenturní novinky je dobré nejen pro SEO.

Klíčovými hesly, které naše nová vizuální identita vyobrazuje, jsou: vztah, vývoj, organičnost, dynamika, propojování, inovace, pohyb, nekonečno. Se stejnými elementy proto pracuje i design nového webu Adisonu – aby je podpořil a umocnil.

Nástroje a aktivity

- 1) Definice cílů webu, cílových skupin a celkově interního očekávání ->
- 2) Analýza konkurence a jejích komunikačních aktivit ->
- 3) Zpřesnění positioningu s důrazem na firemní hodnoty ->
- 4) Tvorba nové vizuální identity včetně nového loga a celého vizuálního stylu ->
- 5) Validační průzkum v rámci cílové skupiny formou rozhovorů ->
- 6) Analýza klíčových slov a obsahový audit dosavadního webu ->
- 7) Obsahová struktura a architektura webu ->
- 8) Drátěný model a nastavení logiky interního prolinkování ->
- 9) Grafický návrh webdesignu pro desktopy ->
- 10) Responzivní grafika pro mobilní telefony a tablety ->
- 11) Programování a kódování webu ->
- 12) Nastavení analytiky webu ->

V průběhu roku 2022 budeme web průběžně měřit a optimalizovat dle nich (především) taktiku práce s obsahem.

Kromě stránky brandové a obsahové je nový web také významně pokročilejší z pohledu technologií – rychlosti, dohledatelnosti, responzivity, správy osobních údajů i měření.

Výsledky:

V tuto chvíli ještě nemůžeme předložit žádná konkrétní data, v době podávání přihlášek web právě prochází ostrým spuštěním. Co však víme:

- Díky mnoha iteracím web plní nadefinované cíle prezentace značky.
- Zaplnil obsahové mezery stávajícího webu (sekce hledáme, služby, ...).
- Je po všech stránkách připraven na nastavenou obsahovou strategii.
- Splňuje současné technické požadavky.

Weblinky:

<https://www.adison.cz>