
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Brožura HUTIRA

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Lesensky.cz

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.2 Firemní publikace – jednorázové

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: Veronika Duchoňová

Firma/organizace: Lesensky.cz

Stručné shrnutí projektu:

Značka HUTIRA, která zastřešuje skupinu 13 společností zaměřených na návrh a realizaci projektů v oblastech voda, plyn a průmysl, chyběl reprezentativní tištěný materiál určený pro prezentaci značky, jednotlivých firem, oborů činnosti a referenčních projektů.

Protože se skupina HUTIRA v letech 2010 až 2020 výrazně rozrostla, nebylo možné navázat na dosavadní tištěné materiály.

Společně s klientem jsme proto vytvořili novou publikaci (v češtině a angličtině) v rozsahu 76 stran, která se stala základem firemní, obchodní a brandové komunikace mimo online kanály.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Hlavním záměrem bylo v jednom materiálu smysluplně a přehledně představit celou skupinu HUTIRA, a to s přihlédnutím k rozmanitosti a komunikační náročnosti technických oborů všech 13 společností. Souhrnným cílem bylo připravit publikaci dostatečně reprezentativní, ovšem s podmínkou předat značné množství informací s limitem do 80 stran formátu A4.

Primární cílové skupiny: VIP klienti v ČR i zahraničí a obchodní partneři (B2B, B2G)

Sekundární cílové skupiny: zaměstnanci všech 13 společností, partneři pro marketing a PR

Strategie:

Pro publikaci jsme navrhli přehlednou strukturu a obsahový plán, který využívá fotografie, strukturovaný text doplněný ikonografií a ukázky referenčních projektů. Důraz jsme kladli na 3D schémata „Voda“ a „Plyn“, která vznikla speciálně pro účely publikace.

Nástroje a aktivity:

Projektové řízení
Workshopy s cílovými skupinami
Obsahová strategie
Copywriting
Grafika a DTP

Výsledky:

Zpětná vazba klienta a cílových skupin nás ujistila, že publikace dokáže reprezentativně, a přitom dostatečně popisně předat značné množství informací v rámci externí i interní komunikace. Do budoucna budeme zhruba každé dva roky připravovat aktualizovanou verzi reflektující faktické i strategické změny uvnitř značky HUTIRA.

Hodnocení klienta:

„Brožura nám významně pomáhá při prezentaci celé skupiny firem, mimo jiné i díky grafickým schématům pro obory Voda a Plyn, na nichž umíme představit celý komplex řešení, které jsme schopni jako generální dodavatel projektů navrhnout a realizovat.

Velmi kladně hodnotíme její efekt ve zvýšení naší prestiže a komunikaci naší historie a referenčních projektů. Jako celek ji považujeme za nadčasovou, připravenou i pro náročná období, která nyní energetické trhy a rozvoj infrastruktur čekají.

V době online marketingu nám tištěná publikace dává konkurenční výhodu, protože společnosti z našeho segmentu se většinou rozhodly do fyzických médií neinvestovat. Jsme rádi, že jsme zvolili opačnou cestu. Na obchodních jednáních v B2B a B2G segmentech působíme jako důvěryhodný partner opírající se o kombinaci tradice a kontinuálního rozvoje.“

Monika Zitterbartová, ředitelka společnosti HUTIRA green gas a ředitelka PR a marketingu HUTIRA