
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ročenka LMC

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Boomerang Communication

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: Tereza Valentová

Firma/organizace: Boomerang Communication

Stručné shrnutí projektu:

Čtvrtý ročník Ročenky LMC je zatím nejrozsáhlejší, nejpestřejší a má pro čtenáře nejvíce bonusů. Hlavním tématem publikace je letos expanze českých firem do zahraničí. Ročenka ukazuje dlouhou řadu příkladů dobré praxe konkrétních společností, kterým se expanze podařila. Vedle toho nabízí i praktické návody pro firmy, které se k zahraničnímu rozvoji chystají. A již samozřejmostí je velká porce unikátních dat. Více než 130 stran pečlivě zpracovaného obsahu nabízí hluboký vhled do českého pracovního trhu, zábavu, rozhovory s rozhodujícími lidmi z LMC i z dalších společností a výhled do budoucnosti HR.

Luxusní zpracování Ročenky LMC a její exkluzivní design podtrhují i přidané mini dárky (natahovací motýlci, samolepky, šifra na průhledním papíře atd.), které spolu s předělovými stránkami ilustrují hlavní téma ročenky a umožňují čtenářům fyzickou zkušenost s popisovanými koncepty.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílovou skupinou jsou CEOs, další vysocí manažeři a šéfové HR oddělení zásadních klientů a potenciálních zákazníků LMC. Pro obrovský zájem o ročenku mezi B2B zájemci jsme převážnou část jejího obsahu připravili také ke stažení v e-verzi pro mobilní zařízení a pro desktop.

Strategie:

LMC se jako dominantní hráč na trhu práce rozhodlo vytvořit pro své B2B zákazníky široký obsahový mix médií určených všem úrovním oborové veřejnosti. Jedním z vrcholů této komunikační strategie je každý rok vydání speciální tištěné Ročenky LMC.

Ročenka je luxusním materiálem určeným zejména pro nejprestižnější cílové skupiny B2B komunikace LMC – pro majitele a ředitele firem a pro nejvyšší šéfy HR. Jednou ročně jim poskytuje nadhledové shrnutí dění na trhu práce, komplexní data a výhledy do budoucna. Její náklad je omezený, pro každou větší firmu je určen jen jediný výtisk. To dodává ročence punc vzácnosti. Ročenka je určena největším klientům společnosti.

Nástroje a aktivity:

1.000 ks tištěný ročenek je distribuováno přímo obchodníky LMC vybraným klientům. Dále je v online variantě (desktop a mobil verze) šířena newsletterem na klienty LMC a personalistiky, které se k odběru newsletteru přihlásili. Stáhnout si ji mohou také na stránkách LMC magazínu. Pro podporu jsou připravovány i kampaně na sociálních sítích Facebook a LinkedIn.

Výsledky:

Podobně jako v minulých letech se z tištěné Ročenky LMC stalo okamžitě po vydání nedostatkové zboží. Poptávku ještě zvýšilo číslování, které dodalo každému z 1 000 výtisků jeho vlastní originalitu. Hlad po tištěné ročence vyvoláváme v oboru záměrně, ale částečně ho může utišit mírně zkrácená elektronická verze ročenky, již si jen za měsíc a půl po vydání stáhlo již více než 2 950 zájemců.

Weblinky:

<https://magazin.lmc.eu/nova-rocenka-lmc-je-vetsi-a-prekracuje-hranice-stahnete-si-unikatni-zpravu-o-stavu-pracovniho-trhu>