
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Tvoříme Sokolovsko aneb jak získat zaměstnance za 8 tisíc

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Hero & Outlaw

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.8 Integrovaná komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Jakub Splavec

Firma/organizace: Hero & Outlaw

Stručné shrnutí projektu:

Projekt „Tvoříme Sokolovsko“ byl první mediální kampaní v historii SUAS GROUP. Zaměřena byla především na podporu vizibility značky v rámci svého mateřského regionu a na nábor nových pracovníků v souvislosti s modernizací a transformací průmyslu na Sokolovsku. Za půl roku ji vidělo nebo slyšelo přes 1,9 milionu lidí, zaujala více než 400 zájemců o práci a 75 z nich již obléká zaměstnanecký dres skupiny.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Hlavním cílem projektu bylo být vidět a slyšet všude. Ráno v novinách, na billboardech cestou do práce, při poslechu rádia v autě či sjíždění zpráv na soc. sítích před spaním. Kombinací formátů i druhu oslovení se podařilo splnit cíl, kterým byla podpora náboru a posílení obrazu značky SG v regionu. Klíčové pro úspěch celé kampaně bylo zapojení reálných zaměstnanců a zacílení na média s největším dosahem na jejich potenciální kolegy.

V rámci kampaně byly stanoveny dvě hlavní cílové skupiny. První je široká veřejnost, kde bylo potřeba rozšířit povědomí o společnosti a vytvořit z ní krajský „love brand“. Zde byla prezentována jak stabilita a historická linka, kdy společnost navazuje na vyhlášenou Sokolovskou uhelnou, tak novodobá transformace. Byl využit vizuál jezera Medard, zatopeného lomu a lokality, která nabízí velké rozvojové plány i pro obyvatele kraje.

Druhou cílovou skupinou byli potenciální zaměstnanci. Od studentky až po zkušeného technika. Oba hledají ve svém životě nové výzvy, a právě SG jim je nabízí. Jejich přímé zapojení mělo také posílit hrdost u zaměstnanců, kteří již ve skupině pracují.

Strategie:

Největší a nejvýznamnější skupina v kraji určuje směřování celého regionu. Kampaň podtrhuje každodenní podíl zaměstnanců SUAS GROUP na vývoji Sokolovska. Ti se stali hlavními tvářemi projektu „Tvoříme Sokolovsko“. Právě zapojení stávajících zaměstnanců a vyprávění jejich příběhů bylo stavebním kamenem autenticity celé kampaně a jejího sdělení.

Nástroje a aktivity:

Nosiči kampaně byly nejčtenější tituly a nejoblíbenější rádiové stanice v regionu. Kampaň doplňují billboardy a důraz je v ní kladen i na sociální sítě skupiny a nová média či vlastní nosiče a interní komunikaci. V rámci vizuálů byl použit strategický projekt jezera Medard a skuteční zaměstnanci společnosti, což akcentovalo její „blízkost“ k lidem. Jezero, kolem něhož jezdí do práce a jejich kolegové, které v práci potkávají.

Výsledky:

Celkový rozpočet kampaně byl 600 tisíc a byly v něm započítány všechny využití kanály. V rámci nich vidělo nebo slyšelo kampaň více než 1,9 milionu lidí, což znamená, že ji každý v bývalém okrese Sokolov mohl vidět nebo o ni slyšet nejméně 21x. Věříme však, že je číslo mnohem vyšší, jelikož nelze přesně spočítat příjemce billboardové kampaně.

16 inzercí v médiích mělo dosah přes 198 tisíc čtenářů. Rádiový spot měl poslechovost 387 tisíc lidí týdně. Na sociálních sítích (LI a FB) jsme zaujali přes 158 tisíc lidí a na kariérní stránku se prokliklo 7,8 tisíc zájemců o práci, z toho bylo přes 400 kvalitních potenciálních zaměstnanců a 75 z nich už pro SUAS GROUP pracuje.

Weblinky:

<https://drive.google.com/drive/folders/11ULn5zclZysUUzbGtK00CApuQiMluse9?usp=sharing>