
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Element

Klient:

Skupina Veolia Energie ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Barbora Dudková, Editorka, Boomerang Communication s.r.o.

Petr Donát, Art Director, Boomerang Communication s.r.o.

Kateřina Moravcová, manažerka korporátní komunikace, Veolia Holding Česká republika, a.s.

Jitka Kuželková, specialistka marketingu, Veolia Energie ČR, a.s.

Petra Gardiančík, manažerka marketingu, Veolia Energie ČR, a.s.

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace – periodické

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Petr Bejšovec

Firma/organizace: Boomerang Communication s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Element je pololetník určený všem odběratelům služeb skupiny Veolia Energie ČR, to znamená těm, kterým zajišťuje již tradičně teplou vodu, v chladných měsících teplo, v teplých měsících chlad z klimatizace, ale například díky kogeneračním jednotkám a fotovoltaice třeba i elektrickou energii. Přináší aktuální novinky ze společnosti, představuje zajímavé projekty, provozní informace, jako jsou plánované odstávky, opravy nebo technologické novinky. Nechybí ani lifestyleové rubriky, které zahrnují rozhovory se známými sportovci, které společnost podporuje, nebo informace o aktivitách Nadačního fondu Veolia. Element je tak nejen o energii, ale i o inspiraci a podpoře důležitých iniciativ.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem časopisu je prohloubit vztah Skupiny Veolia Energie ČR s odběrateli jejích služeb, což jsou například různá bytová družstva, ale i administrativní budovy nebo kulturní či sportovní areály. Přinášet jim zajímavé a důležité informace z dění ve společnosti a jejích CSR aktivitách. Obsah jsme přizpůsobili čtenářům, aby nesloužil jenom jako obecný zdroj informací, ve kterém se dočtou o nutnosti letních odstávek tepla a teplé vody, ale jako magazín, který jim také přináší inspiraci, jak trávit volný čas. V posledním roce jsme se ve všech rubrikách více zaměřili na servisní informace a také na to, abychom představili Skupinu Veolia Energie ČR jako zodpovědnou firmu a skvělého zaměstnavatele.

Strategie a kreativa:

Každé číslo začíná redakční radou, kde se editor, grafik a projektový manažer z Boomerangu sejdou se zástupci marketingového oddělení a prodiskutují témata pro jednotlivé rubriky. Editor získá kontakty na zástupce pro vybraná témata, kteří pomohou externím novinářům z Boomerangu při tvorbě textů. Editor následně s grafikem vytváří zlom magazínu.

Nástroje a aktivity:

Barevný magazín Element prošel loni kompletním redesignem a došlo i ke změně názvu z původního HOT na Element. Nový název vystihuje činnost společnosti, odkazuje na energii budoucnosti, živly a také na přírodní zdroje, o které Veolia pečuje. Rozšířením magazínu z 24 na 36 stran jsme získali větší prostor pro bližší představení projektů, případových studií, rozhovorů i prostor pro kvalitnější fotografie. To vše jde ruku v ruce s formátem 204 x 260 mm a papírem s vyšší gramáží. Loni jsme magazín zpřístupnili i online skrze platformu Triobo. Obsah pro Triobo připravujeme ve dvou mutacích pro Prahu a Moravu.

Výsledky:

Zaměstnanci útvaru marketingu a komunikace Skupiny Veolia Energie ČR pravidelně vždy po vydání časopisu obvolávají místa, do kterých se Element distribuuje. Podle zjištěných informací je o magazín velký zájem především tam, kam si chodí občané Prahy pro informace (na úřadech městských částí). Magazín bývá velmi rychle rozebrán a čtenáře jeho obsah zajímá. Díky rozšíření časopisu do elektronické podoby jsme od čtenářů získali kladné reakce na to, že šetříme papírem.

Přínos a výsledky konkrétního nástroje:

Magazín přispívá k budování vztahů s odběrateli a transparentní komunikaci s veřejností. Pozitivní zpětná vazba je důkazem kvality obsahu i přínosu sdělení pro čtenáře.

Weblinky:

<https://element.veolia.cz>