
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

CEOx1Day kariérní program pro vysokoškoláky poprvé v Česku

Klient:

Odgers Berndtson

Agentura / Přihlašovatel:

AMI Communications

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Pavla Gloserová, Client Partner, Odgers Berndtson

Johana Kůtová, Executive Search, Odgers Berndtson

Antonín Rosa, Senior Consultant, AMI Communications

Terezie Hofmanová, Junior Consultant, AMI Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business

Oborové kategorie:

II.8 Služby

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Terezie Hofmanová

Firma/organizace: AMI Communications

Stručné shrnutí projektu:

Jak mladé generaci přiblížit svět vrcholového managementu a firmám pomoci najít budoucí lídry? Na konci roku 2024 jsme do Česka poprvé přivedli kariérní program CEOx1Day [sí-ou for van dej], který vybraným studentům umožňuje stínovat CEOs předních českých firem. Motivací pro studenty byli přední představitelé firem Sazka, Bonami, RSBC, Chart Ferox, Direct Fidoo, HOPI EU Logistics či Mastercard CZ/SK. S minimálním rozpočtem, konkurencí v podobě obří kampaně Future Mindset Board od České spořitelny a využitím silného tématu generace Z na trhu práce jsme spustili multikanálovou kampaň, která oslovila tisíce mladých talentů a přivedla do programu ty nejmambicióznější z nich.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo uvést program CEOx1Day na český trh a představit ho talentovaným studentům a tuzemským firmám. Jde o mezinárodní program, který má v každé zemi odlišné pojetí. Přizpůsobuje se lokálnímu trhu, firemní kultuře i očekáváním studentů. Právě díky těmto rozdílům je každý národní ročník unikátní. Cílem bylo získat minimálně 50 přihlášek od vhodných studentů, zajistit mediální pokrytí ve 3 klíčových byznys médiích a profilovat pořadající firmu Odgers Berndtson jako odborníka na headhunting pro významné české firmy. Komunikace cílila na studenty 3. až 5. ročníků vysokých škol se zájmem o leadership a top management, a současně na stávající a potenciální klienty Odgers.

Strategie a kreativa:

Využili jsme silného mediálně propíraného tématu generace Z na trhu práce. Multikanálovou komunikací jsme oslovili jak studenty, tak byznysovou komunitu. Kreativní koncept stavěl na myšlence, že každá generace má své lídry a není na místě ji škatulkovat. Díky kombinaci vztahů s médii, neplacené spolupráci s univerzitami a cílené komunikaci na sociálních sítích LinkedIn a Instagram jsme studenty motivovali se přihlásit.

Nástroje a aktivity:

Klíčovým prvkem komunikace byli lidé. S účastnicí belgické verze programu Lenkou Šebestou jsme na dálku natočili motivační video, s headhuntery z Odgers jsme aktivně sdíleli na LinkedIn aktuality a ambasador a student Mojmír Zálešák oceněný Forbes 30pod30 podpořil program bez finanční spolupráce na svých sítích mezi svými vrstevníky. Naše vztahy s novináři pomohly dostat program do byznysových a kariérních médií bez nutnosti placené inzerce. Komunikaci jsme podpořili Instagram CTA kampaní s propagačním videem s headhuntery. Se zástupci vysokých škol (VŠE, CEVRO...) a studentských spolků jsme domluvili propagaci programu formou digitálních a tištěných letáků v jejich prostorách.

Výsledky:

Za 210 000 Kč včetně agenturní práce se nám během dvou měsíců spolupráce podařilo získat 53 přihlášených studentů. Mediální pokrytí zahrnovalo 9 výstupů v byznysových titulech, včetně Hospodářských novin, CzechCrunch, Euro.cz a Hrot24.cz, s dosahem 368 445 lidí a mediálním dopadem (GRP) 4,09. AVE kampaně dosáhlo 367,19 tis. Kč. Videokampaní na Instagramu jsme za 6 744 Kč oslovili 62 619 uživatelů a získali 95 065 zobrazení. Výsledkem je nejen spokojený klient, ale i nadšení studenti, kteří právě zažívají své dny se CEOs.