
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

READYCON – aktivity T-Mobile

Klient:

T-Mobile CZ

Agentura / Přihlašovatel:

T-Mobile CZ

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Alexander Mareček

Firma/organizace: T-Mobile CZ

Stručné shrnutí projektu:

READYCON je přetočené a v postprodukcí upravené online vysílání, které každoročně informuje tisíce středoškoláků o trendech na trhu práce a perspektivních zaměstnavatelích. Projekt T-Mobile v rámci READYCONu přináší dynamické video, které konfrontuje názory veřejnosti s realitou práce pro operátora. Na ulici je veřejnost dotazována na představy o pracovním prostředí. Jejich odpovědi jsou následně porovnávány s názory a zkušenostmi zaměstnanců. Tímto formátem operátor zábavně a interaktivně bourá mýty a přibližujeme realitu pracovního života mladým lidem hledajícím své uplatnění. Do projektu byl také zapojen influencer Michal Totka, který pomohl zvýšit dosah a atraktivitu obsahu. Jeho působení pomohlo oslovit širší publikum a dodat autenticitu obsahu a také pomohl přiblížit veřejnosti skutečnou pracovní zkušenost.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**Zadání:**

Přiblížit mladým lidem realitu pracovního prostředí v T-Mobilu a zvýšit povědomí o možnostech uplatnění ve společnosti.

Cíle:

- *Atraktivním způsobem bourat mýty o práci u mobilního operátora.
- *Rozšířit povědomí o T-Mobile jako potenciálním zaměstnavateli.
- *Zasáhnout co největší počet končících středoškoláků a pedagogů.

Cílové skupiny:

- *Končící středoškoláci vstupující na trh práce.
- *Pedagogové zapojení do kariérního poradenství.

Strategie a kreativa:

Projekt se zaměřil na autentické výpovědi zaměstnanců a názory veřejnosti, které byly přímo konfrontovány s realitou pracovního života v T-Mobilu. Zapojení influencera Michala Totky bylo klíčovou součástí strategie pro oslovení mladé generace na sociálních sítích a zvýšení důvěryhodnosti obsahu. Video byla vytvořena ve formátu rozhovorů s veřejností a zaměstnanci, doplněná dynamickým střihem, grafickými prvky a interaktivními prvky pro zvýšení atraktivity. Kreativní proces kladl důraz na autenticitu a vizuální poutavost.

Nástroje a aktivity:

- *Natáčení videa: Rozhovory s veřejností na ulici a zaměstnanci T-Mobilu.
- *Postprodukce: Dynamický střih, grafické úpravy, interaktivní prvky.
- *Zapojení influencera: Michal Totka zvyšoval dosah projektu na sociálních sítích.
- *Online propagace: Šíření obsahu prostřednictvím READYCON platformy a sociálních sítí.

Výsledky:

- *Projekt oslovil 24 059 studentů z 728 partnerských škol a více než 850 pedagogů.
- *45 % studentů před vysláním vědělo o činnosti společnosti jen částečně nebo vůbec, zatímco 65 % ji nevnímalo jako potenciálního zaměstnavatele – tyto bariéry byly díky projektu překonány.
- *Vysoká míra engagementu na sociálních sítích díky zapojení influencera Michala Totky.
- *Pozitivní zpětná vazba od studentů i pedagogů potvrzující efektivitu projektu.
- *Rozpočet se pohyboval v nižších stovkách tisíc korun. Finanční prostředky byly využity na produkci videa, včetně natáčení, postprodukce, grafických úprav a online propagace, včetně spolupráce s influencerem Michalem Totkou.

Weblinky:

<https://fyipraguecz.sharepoint.com/:f:/s/fyi/EIMR4zhdsjLn3mlvyrj9gIBi4ug159WTem19LEObNkLOA?e=kytjlu>