
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Report, který nastavuje trendy a posiluje reputaci

Klient:

Eurowag

Agentura / Přihlašovatel:

PRAM Consulting

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.4 Business-to-Business

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Veronika Zahradníková

Firma/organizace: PRAM Consulting s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Jak představit budoucnost nákladní dopravy způsobem, který zaujme B2B zákazníky, posílí reputaci klienta a zároveň bude zdrojem obsahu pro média? Pro společnost Eurowag jsme v roce 2025 zvolili formát analytického reportu „Transforming Transportation,“ který je více než produktovým katalogem nebo obchodní analýzou. Díky kontinuitě a šíři pohledu představuje strategickou expertní platformu, která kombinuje evropská makro data a tržní pohled sedmi zemí.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Eurowag je evropská fintech společnost, která poskytuje finanční služby pro nákladní silniční dopravu. Stáli jsme před otázkou, jak překročit hranici klasického B2B marketingu a nabídnout trhu a médiím strukturovaný pohled na budoucnost komerční silniční přepravy v Evropě. Vymysleli jsme proto formát reportu, který přináší trendy, analýzy, případové studie a tržní pohled ze sedmi zemí: ČR, Maďarsko, Polsko, Portugalsko, Rumunsko, Slovensko a Španělsko. Naším úkolem bylo nejen data sesbírat, vytvořit obsah, ale především řídit komunikační aktivity na všech trzích. Cílem bylo vybudovat Eurowagu pozici experta a partnera dopravců a tím se odlišit od konkurence prostřednictvím strategického obsahu, nikoli jen produktové a korporátní komunikace.

Strategie a kreativita:

Evropská silniční doprava čelí zásadní strukturální změně – dekarbonizace, digitalizace a ESG zásadně mění pravidla hry. Doposud však chyběl dokument, který by tyto trendy komplexně a srozumitelně zachytil pro praxi. Proto jsme se rozhodli přinést ucelený, datově podložený zdroj informací o transformaci trhu a posunout veřejnou debatu od krizových témat k dlouhodobé strategii. Rozhodli jsme se vytvořit praktický nástroj, který poskytuje obchodním týmům argumentační rámec a obsah pro jednání se zákazníky a médii. Zároveň podporuje budování vztahů s partnery, investory i regulátory.

Nástroje a aktivity:

Report obsahuje případové studie lídrů v silniční dopravě, statistiky a trendy, stejně jako konkrétní příklady digitalizace, telematiky a přístupu k ESG. Součástí jsou také predikce budoucího vývoje oboru. Report je uložen na samostatné landing page, kde je ke stažení výměnou za kontaktní údaje. Návštěvnost stránky jsme podpořili komunikací přes média, SoMe i e-mailing. Součástí kampaně byly tiskové zprávy, odborné články, setkání s novináři a webináře. Vedle online verze vznikla i tištěná verze, kterou Eurowag předává stakeholderům při osobních setkáních a na konferencích.

Výsledky:

Report se díky kampani ve všech zemích stal silným obchodním i reputačním nástrojem. Eurowag je brán jako trendsetter. Na landing page si stáhlo report 305 firem, které reprezentují významný podíl celkové přepravní kapacity v Evropě, protože trh ovládá úzká skupina velkých hráčů. Osobně bylo předáno všech 2000 vytištěných reportů. E-mailová kampaň dosáhla nadprůměrné míry otevření přes 30 %. Na sociálních sítích zaznamenala kampaň celkově 92 946 zobrazení a 10 351 interakcí. V médiích kampaň vygenerovala 184 výstupů s dosahem více 25,5 mil. čtenářů. Úspěšnost kampaně potvrzuje fakt, že připravujeme report roku 2026.

Weblinky:

https://cdn.prod.website-files.com/640885a438a8cac228718a04/691c6c74f656e3fb5cb34e04_EUROWAG_REPORT_2025_st_6%202_compressed.pdf