

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Ročenka Alma Career 2025/2026

Klient:

Alma Career Czechia s.r.o.

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

### Přihlašujeme do:

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: Katarína Kucharová

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

**Stručné shrnutí projektu:**

Pracovní trh prochází turbulentními změnami a najít kvalitní lidi je čím dál těžší. A proto je tu letošní Ročenka Alma Career. Vysoce postavení manažeři v ní najdou nejdůležitější data o světě práce i užitečné case studies – dozví se, jak se ve Škoda Auto připravují na demografickou krizi nebo jak na Letišti Praha přibrali HR do řízení firmy.

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

Alma Career chce mít prémiovou publikaci, kterou může distribuovat na top klienty, konkrétně nejvýše postavené HR manažery a CEOs. Měla by působit jako artefakt a být cílovkou oceňovaná i po obsahové stránce. A posílit značku Almy jako lídra na trhu.

Cílová skupina Ročenky je už v postavení, kdy nemá čas sledovat HR média a nepotřebuje vědět, jak zorganizovat teambuilding, ale spíše jak se vrátit do něj investované prostředky.

Zároveň stávající klienty Almy chceme informovat o novinkách na pracovním trhu i v HR produktech firmy.

**Strategie a kreativa:**

Alma Career, která provozuje portály Jobs.cz či Práce.cz, ví o pracovním trhu úplně všechno. Víc než jiné firmy i stát. Díky ohromnému množství dat a schopnosti je propojit a interpretovat tak jako první objevuje nejdůležitější trendy a tendence na trhu práce.

Stostránková Ročenka Alma Career 2025/2026 s tématem adaptabilita je díky tomu nejen ohlédnutím za rokem 2025, ale hlavně obrazem aktuálního stavu i strategickým výhledem do budoucnosti.

**Nástroje a aktivity:**

Píšeme exkluzivní materiály přímo pro Ročenku.

Jde o case study firem, které se jinak o své know-how dělí jen neradi. Podíváte se pod pokličku Škody Auto, Penty Hospitals nebo klatovských drůbežáren. A i na nich je vidět, že se současné změny na pracovním trhu dotýkají skutečně všech.

Dále tu jsou například články interpretující unikátní data Alma Career – srovnání českého pracovního trhu v rámci Evropy, materiál, proč Češi tak málo mění zaměstnání a jak se kvůli tomu zvyšuje důležitost firemního vzdělávání i interní mobility.

Prémiová tištěná Ročenka má náklad 1000 kusů a distribuují ji obchodní zástupci Almy. Sekundárně pak zasahujeme všechny personalisty v Česku, pro které s odstupem vydáváme online verzi v Magazínu Alma Career.

**Výsledky:**

Exkluzivní ročenku Alma Career jsme vytiskli v 1000 kusech, online verzi si stáhlo 3 074 uživatelů.

Ročenka přispěla k tomu, že klienti dál považují Almu za lídra trhu. Dle průzkumu AC za rok 2025 ji tak vnímá 88 % z nich, 79 % má díky Almě dostatek informací o pracovním trhu.

Coby kvalitativní ohlédnutí doplňujeme ohlas obchodního zástupce Almy:

František Havlík: „Rozdal jsem všem svým klientům (Moneta, Tesco, Škoda Auto, DHL, Johnson & Johnson, Agrofert nebo Innogy). Ve většině šlo o HR Directors nebo head of recruitment. Naši klienti ji mají velmi rádi, těší se na ni a po obsahové stránce ji vidí jako velmi přínosnou a edukativní. Slouží jednoznačně k posílení značky Alma Career, ve vnímání jako jedničky na trhu, vnímání něčeho unikátního (podobnou ročenku nikdo jiný nedělá), a obsahově zase jako zdroj předávání profesionálních informací z HR světa. Zpracování je vždy hodnoceno naprosto fantasticky.“

**Weblinky:**

<https://data.eu.cntmbr.com/alma/almacareer-magazin/4e64a0fe-d9f1-44fd-a5fc-e1d53a86e762.pdf>,

<https://data.eu.cntmbr.com/alma/almacareer-magazin/ba36eea5-9bb1-4649-8f95-e67f40cc5ea1.pdf>