

Kávička s klientom

BRIEF

Vytvorenie edukatívnej a HR kampane, ktorú by zadávateľ – **APRSR** zrealizovala.

CIEĽOVÁ SKUPINA

Primárne absolventi vysokých a stredných škôl, sekundárne aj ľudia z marketingovej brandže vo veku **18-30 rokov.**



Insight

Pohľad na prácu PR je **dehonestovaný**. Hlavná náplň našej práce je vraj kávičkovanie s klientmi v nákupných centrách.

Pravda je však iná...



Goals

Zatraktívniť oblasť PR pre absolventov vysokých a stredných škôl a pre ľudí z marketingovej brandže.

Priblížiť, že táto práca nie je o kávičkách s klientom, ale vyžaduje veľkú prispôsobivosť, dobré komunikačné schopnosti a prepájanie súvislostí.



Strategy

Pomocou **provokatívneho hejtu** na webe pritiahneme mladých talentovaných ľudí do súťaže, v ktorej budú účastníci motivovaní uchádzať sa o prácu v PR brandži a tí najlepší ju aj dostanú.

Spôsobom prezentácie celej súťaže a jej samotnou realizáciou vysvetlíme, o čom v skutočnosti je práca v PR.



Idea

Ideou celej stratégie je poskytnúť **komplexný pohľad** na prácu agentúr v oblasti Public Relations.

PR nie je o kávičkovaní s klientmi. Práca v PR vyžaduje človeka schopného pohotovo reagovať na rôzne nepredvídateľné situácie, myslieť komplexne a strategicky, dynamicky využívať indukciu a dedukciu a aplikovať získané poznatky v praxi. A takých chceme nájsť.



Execution

Cieľovú skupinu zaujmeme pomocou postupnosti nasledovných krokov.

KROK 1:

Dva autenticky napísané PR články (ladené bulvárne) pre upútanie CS umiestnime na vybrané weby (odporúčame: Refresher.sk, Noizz.sk – pre študentov a Mediálne.sk a Stratégie.sk – pre marketérov) s podporou online marketingu.

1. PR článok

Na internete sa rozmohol nový hejt! PR pracovníci sú vraj kávičkári

Témou článku je upriamenie pozornosti na to, ako vníma verejnosť agendu PR agentúr. Čitateľ nadobudne dojem o *hejtovaní* tejto profesie, a to v ňom vzbudí záujem dozvedieť sa viac.



refresher Kategórie ▼ Odporúčané príspevky Kvízy Fórum Prihlásiť / Registrovať

Zaujímavosti - Ľudia

Na internete sa rozmohol nový hejt! PR pracovníci sú vraj kávičkári

refresher team včera 12:49 2 komentáre

Execution

2. PR článok s videom

VIDEO: PRisti vracajú úder: Podťte si našu prácu skúsiť!

Článok je reakciou na *hejtovanie*. Vo videu Account manažér osloví potenciálnych *hejterov*, aby sa zapojili do výzvy a ukázali PRistom, "ako sa to má robiť".

Stručný scenár videa:

Account manager sedí na kávičke v nákupnom centre a vyjadrí sa k článku č.1: „Tento článok myslíte vážne? Fakt si tu niekto myslí, že my PRisti tu nič iné nerobíme, iba pijeme kávičky? Že o tomto je naša práca? Je o niečom inom. Ak si myslíš, že je to také jednoduché, nemaj len silné reči a príd' si to vyskúšať na www.kavickasklientom.sk.“



Execution

KROK 2: MICROSITE www.kavickasklientom.sk

Na hlavnú stránku umiestnime video s výzvou (2.PR článok), info a formulár.

Formulár – klasický formulár so zadaním na bežné krízové PR (napr.: zákazník napíše na FB stránku klienta sťažnosť na produkt ľadovej kávy v tetrapakovom balení; uchádzač má pripraviť reakciu v mene klienta). Najlepšie vyplnené formuláre postúpia do ďalšieho kola, na event *Kávička s klientom*.

KROK 3: Kávička s klientom – Event vo forme súťaže prebehne v kaviarni pre najlepších z predchádzajúceho kola. Pri 10 stoloch bude sedieť 10 odborníkov z PR, ktorí budú zastávať rolu klienta. Dajú súťažiacim úlohu, aby za hodinu vypracovali zadanie: *Klient má k dispozícii 200 ľadových káv v tetrapakovom balení a chce ich využiť v rámci PR. Vymysli nápad ako najefektívnejšie využiť kávu na zlepšenie klientovho mena po prvej krízovej komunikácii, ktorú si riešil.*

Vypracované zadania ohodnotia odborníci z APRSR. Hlavná výhra bude platená sťaž alebo ponuka práce v PR agentúre, smartfón alebo tablet a zážitkový výlet pre 2 osoby.

Výherné práce umiestnime na microsite a podporíme ich PR článkom.



Impact

Uskutočnenou stratégiou dosiahneme prísun nových aktívnych záujemcov o prácu v PR odvetví.

Na konkrétnom zadaní od klienta, ktoré vypracujú súťažiaci a na prezentácii kampane demonštrujeme, o čom je v skutočnosti PR.

Realizácia kampane **nie je budgetovo náročná** a neoslovuje širokú cieľovú skupinu, ale úzky okruh ľudí, ktorí zaznávajú PR alebo s ním majú priame či nepriame skúsenosti.



Summary

Challenge Motivovať mladých ľudí pre prácu v oblasti PR.

Insight Práca v PR na záujemcov nepôsobí veľmi atraktívne. Viacero potenciálnych PRistov hľadá uplatnenie v digitálnych agentúrach.

Strategy Pomocou trendu hejtovania na internete vzbudíme záujem CS dozvedieť sa viac o PR. Vytvoríme buzz o konflikte, ktorý motivuje mladých zapojiť sa do súťaže a stať sa tak súčasťou PR kampane.

Idea Poskytnúť komplexný pohľad na prácu agentúr v oblasti Public Relations.

Execution Prostredníctvom PR článkov a videa rozšírime buzz, ktorý priláka potenciálnych záujemcov o prácu na hravý event *Kávačka s klientom*, kde budú mať možnosť získať zamestnanie a hodnotné ceny.

Impact Zvýšenie povedomia o skutočnej práci v PR a prílev mladých talentov do odvetvia.

