

Kávačka s klientom

Zhrnutie

1. Popis východiskových bodov a situácie

Mladí talentovaní ľudia strácajú záujem o prácu v PR oblasti. Situáciu mohla spôsobiť väčšia atraktivita digitálnych agentúr, ale tiež mylné vnímanie public relations ako práce, v ktorej je hlavnou náplňou kávačka s klientom.

2. Ciele

Navrhovanou stratégiou chceme zatriktívniť oblasť PR pre absolventov vysokých a stredných škôl a pre ľudí z marketingovej brandže.

Zároveň máme v úmysle priblížiť cieľovej skupine, že táto práca nie je o kávačkách s klientom, ale vyžaduje veľkú prispôsobivosť, dobré komunikačné schopnosti a prepájanie súvislostí.

3. Stratégia

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

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

4. Kreatívna idea

Ľudia sú prirodzene zvedaví. Ideou našej stratégie je využiť danú vlastnosť k pritiahnutiu pozornosti na samotné public relations a k zatriktívneniu oblasti PR ako perspektívneho zamestnania pre mladých marketérov a absolventov marketingových odborov.

5. Exekúcia

Pre našu cieľovú skupinu je charakteristické, že si väčšinu informácií zisťujú na internete. Preto pomocou priestoru na lifestyleových magazínoch a weboch zameraných na marketingové prostredie provokatívnym spôsobom pritiahneme pozornosť na public relations.

Vytvoríme príbeh dôsledkom ktorého poukážeme na užitočnosť PR. Video v PR článku, ktorý uverejníme, bude obsahovať výzvu na súťaž, v ktorej môžu mladí ľudia svojimi schopnosťami dokázať, čo v nich je, a tak sa stať súčasťou PR odvetvia.

Našou stratégiou oslovíme úzky okruh ľudí, ktorí zaznávajú PR alebo s ním majú priame či nepriame skúsenosti. Zvýšime tak povedomie o skutočnej práci v PR a dosiahneme prílev mladých talentov do odvetvia.