



13. Grand Prix 2020.

Grand PRix za velika trgovačka društva

Dobitnik nagrade: Agencija 404 za Zagrebačku pivovaru: „Zakon posao – employer branding kampanja“

Projekt je realiziran u razdoblju od siječnja do lipnja 2019.

Analiza situacije: Zagrebačka pivovara jedna je od najvećih kompanija u Hrvatskoj. 93% zaposlenika zadovoljno je svojim poslom, a kompanija je jedan od top 10 najpoželjnijih poslodavaca u Zagrebu i Zagrebačkoj županiji i godinama top Poslodavac Partner. Ipak, iako je Ožujsko snažan brend, sama kompanija nedovoljno je prepoznata kao poslodavac i među populacijom milenijaca ima reputaciju staromodne i tradicionalne.

Ciljevi: Podići svijest o Zagrebačkoj pivovari kao poželjnom poslodavcu, pozicionirati Zagrebačku pivovaru kao modernu kompaniju, zaposliti 40 sezonaca. Isto tako ciljevi su bili povećati broj pratitelja na društvenim mrežama, podići čitanost newslettera te povećati broj profila zaposlenika na LinkedInu.

Provedba: Zakon posao je ideja pretvorena u HR platformu kompanije. To je ideja koja spaja sve zaposlenike Zagrebačke pivovare i govori kako je svaki posao u tom procesu — zakon. Projekt je imao tri faze komunikacije. U prvoj fazi prilagođavale su se komunikacijske platforme (LinkedIn profil, web stranica Zagrebačke pivovare, interni časopis i newsletter). Druga faza kampanje sastojala se od objave brendiranih oglasa, pokretanja native projekta na Telegramu te reportaža, infografika, intervjuja i fotografija u kojima su mladi govorili što je to za njih zakon plaća i zakon posao. Zatim je napravljeno 10 ilustracija koje prikazuju situacije iz različitih odjela koji komuniciraju zaposlenicima da je zakon raditi u Zagrebačkoj pivovari. Treća faza kampanje bila je brendiranje Zakon posla pomoću intervjuja s vodećim ljudima kompanije, a interni časopis donosio je uspješne priče o zaposlenicima Zagrebačke pivovare.

Učinak i vrednovanje uspješnosti komunikacije: Svi postavljeni ciljevi su postignuti. Podignuta je svijest o Zagrebačkoj pivovari, zaposlena su 43 sezonca, povećan je broj pratitelja na društvenim mrežama, a Zagrebačka pivovara pozicionirala se kao moderna kompanija s brojnim mogućnostima.

Kreativnost i inovativnost: Prepoznatljiv slogan brenda s kompanijom, a njezine vrijednosti s vrijednostima milenijaca. Koristili su lako prohodne kanale komunikacije na platformi Moj posao i pojednostavnili proces prijave, a svi oglasi bili su atraktivni i komunicirali poruku da je svaki posao u Zagrebačkoj pivovari zakon posao. Kod postojećih zaposlenika koristeći humor u ilustracijama probudili su ponos prema poslu kojeg rade, kao i želju za natjecanjem i aktivnim sudjelovanjem u kampanji, za što su ih i nagradili. Ispričali su inspirativne priče o zakon ljudima koji stoje iza zakon piva kroz kanale interne komunikacije, a u vanjskoj pokazali da su vodeći ljudi kompanije zakon i da cijene svakog zaposlenika.