



14. dodjela nagrada HUOJ-a: Grand Prix 2021.

Grand PRix za odnose s javnošću za velika trgovačka društva

3. mjesto

A1 Hrvatska d.o.o. i 01 Content & Technology d.o.o.: Video serijal 'A1 Leadership Talks'

Projekt je realiziran u razdoblju od lipnja do prosinca 2020.

OPIS PROJEKTA

Analiza situacije: Uslijed COVID-19 pandemije od početka 2020. godine 2,7 milijardi ljudi odnosno četiri od pet zaposlenika u globalnoj radnoj snazi bilo je pogođeno lockdown mjerama - ostankom i radom od kuće (Deloitte 2020.) Prema procjenama Eurostata 70% Hrvata na vrhuncu krize radilo je od kuće. Analiza Gartnera pokazala je da 48% zaposlenika želi povremeno ili stalno nastaviti raditi od kuće. Upravljanje krizom uslijed COVID-19 pandemije postao je jedan od najvećih izazova za biznis današnjeg vremena. Tehnologija je u pandemiji ključna za povezivanje, pristup informacijama i alatima za svakodnevno obavljanje posla. A1 Hrvatska zapošljava više od 2000 ljudi i svakodnevno brine o potrebama 2 milijuna korisnika. Uz digitalne usluge i komunikacijska rješenja strategija je bila svima na tržištu rada ponuditi i konkretna rješenja te najbolje prakse za nove izazove i potpuno nove načine rada. Video serijalom 'A1 Leadership Talks' A1 okuplja vodeće ljude iz top kompanija te relevantne stručnjake oko ključnih tema vezanih za nove načine rada uslijed i nakon pandemije koronavirusa. A1 Hrvatska time prepoznaje trendove i najbolje prakse na tržištu rada te korisnicima (kompanijama i zaposlenicima) donosi relevantan sadržaj kako raditi produktivnije i lakše.

Ciljevi: S video serijalom 'A1 Leadership Talks' A1 Hrvatska pozicionirati kao thought leadera koji prepoznaje i pokreće ključne trendove na tržištu rada, brine o potrebama zaposlenika i svojih korisnika te potiče inovacije. Pomoći zajednici u trenutku kada je to potrebno osnovni su pokretač društveno odgovornog poslovanja A1 Hrvatska.

Provedba: Produkcija 7 'A1 Leadership Talks' videa u razdoblju od lipnja do prosinca 2020. u kojima je sudjelovalo 30 vodećih ljudi iz kompanija te relevantnih stručnjaka. Među kompanijama koje su sudjelovale su Atlantic, Five, Gideon Brothers, Infinum, AD Plastik, RBA, Span, Q, Microsoft Hrvatska, Photomath. Sudjelovali su stručnjaci iz konzultantskih kuća Deloitte i EY Hrvatska, Selectio vodeće grupacije za savjetovanje u ljudskim resursima i Hrvatske udruge poslodavaca. Svaki video u trajanju do 15 minuta te skraćena verzija u trajanju do 2 minute objavljen je na 3 video kanala: YouTube, Facebook i LinkedIn. Svaki video objavljen je i promoviran uz relevantnu, newsworthy analizu u native kampanji objavama na top medijima. Objavama i reakcijama na društvenim mrežama angažirana je biznis zajednica oko definiranja izazova i najboljih praksi kako pomoći zaposlenicima. Objavama i reakcijama na društvenim mrežama angažirani su zaposlenici oko pitanja kako raditi lakše i produktivnije uslijed 'remote' načina rada u kojem su trebali pomiriti poslovne i privatne izazove.

Učinak i vrijednost uspješne komunikacije: Ostvareno je ukupno 1.239.894 pregleda videa te 413.740 pregleda 30 native priloga koji su objavljeni u medijima. Ukupno ostvareni social engagement (Facebook, YouTube, LinkedIn) je 67.518. U prvom serijalu s 4 videa ostvaren je media reach od 3.632.000 te social media reach od 812.527 korisnika. U drugom serijalu s 3 videa dosegnut je media reach od 2.501.310 te social media reach od 1.602.324 korisnika.

Kreativnost i inovativnost: U trenutku lockdowna te uvođenju rada na daljinu u većini kompanija, kada je preko noći ograničena komunikacija, kompanijama i zaposlenicima osigurani su relevantni sugovornici i sadržaj s konkretnim primjerima izazova i rješenja na tržištu rada u top kompanijama. U skladu s epidemiološkim mjerama 3 videa snimana su na daljinu. U A1 Hrvatska omogućili su kompanijama i zaposlenicima relevantan, koristan i inspirativan sadržaj u trenutku kada im je to bilo potrebno.