



# PRIHLÁŠKA

## NIKDY NIE JE TAK DOBRE, ABY NEMOHLO BYŤ EŠTE LEPŠIE

### PRIHLASOVATEĽ

Fakturačné údaje	
Názov	Mannschaft, s.r.o.
Adresa	Mlynské nivy 48, Bratislava 82109
IČO	52548058
DIČ	2121121002
IČ DPH	SK2121121002
Prihlasovateľ 1	
Názov	Mannschaft
Link na webstránku	<a href="http://www.mannschaft.sk">www.mannschaft.sk</a>
Miesto podnikania	Slovensko
Sieť	.
Materská spoločnosť	.
Prihlasovateľ 2	
Názov	Profesia
Link na webstránku	<a href="http://www.profesia.sk">www.profesia.sk</a>
Miesto podnikania	Slovensko
Sieť	Alma Career
Materská spoločnosť	Alma Career

### NÁZOV PRIHLÁŠKY

Nikdy nie je tak dobre, aby nemohlo byť ešte lepšie

### TRVANIE

Od: 2023-01-16

Do: 2023-03-08

### KATEGÓRIA

Ostatné

# PRIHLÁŠKA

## NIKDY NIE JE TAK DOBRE, ABY NEMOHLO BYŤ EŠTE LEPŠIE

### POPIS

Trh práce čelí mnohým výzvam. Znižovaním nezamestnanosti sa znižuje aj pool ľudí, ktorý potrebuje a aktívne hľada prácu. Covid, vojna a inflácia priniesli do našich životov obavy z budúcnosti. Znížila sa ochota ísť do ďalších rizík a preto sú ľudia menej ochotní meniť prácu. Avšak firmy neustále nutne potrebujú ľudí. V kampani pracovného portálu profesia.sk sme sa rozhodli pozitívne motivovať ľudí, aby sa neuspokojili len s bežnou prácou. Pretože, každý si zaslúži mať skvelú prácu. Inak povedané "Nikdy nie je tak dobre, aby nemohlo byť ešte lepšie". Napriek zložitej situácii na trhu práce sa nám podarilo na portál profesia.sk nielen zvýšiť počet návštev (cieľ rast 10% YtY, výsledok: Január 22,95%, Február 23,56% Marec 13,55 %) ale aj rozpoHYBOVAŤ trh práce, kedy sa zvýšil medián reakcií na 1 inzerát z 5 na 8. Kto je autobusár Rudo a aký je jeho príbeh?

### SITUÁCIA

Profesia je od roku 1997 najúspešnejší pracovný portál na Slovensku. Značka dlhodobo dosahuje spontánnu znalosť nad 70% (Zdroj: Focus) a je lídrom medzi pracovnými portálmi s obrovským náskokom pred zvyškom kategórie (Kariera.sk, Pretlak.sk, apod)

Firmy neustále potrebujú ľudí, čo dokazuje historicky najvyšší počet pracovných ponúk. (Zdroj: Profesia.sk, 2022)

Trh práce čelí niekoľkým výzvam:

Na Slovensku sa dlhodobo darí znižovať nezamestnanosť (Zdroj: UPSVAR). A to znamená, že pool voľných ľudí, ktorí aktívne potrebujú a hľadajú prácu sa znižuje.

Okrem toho ľudia boli za posledné obdobie skúšaní množstvom negatívnych udalostí (covid, vojna v susednej krajine, inflácia). Preto sa o svoju budúcnosť boja viac ako inokedy a vyhýbajú sa ďalším životným rizikám a neistotám. Dôsledkom toho majú nižšiu ochotu meniť prácu a reagovať na pracovné ponuky

Avšak firmy stále potrebujú naberat' nových zamestnancov. Našou výzvou bolo zvýšiť aktivitu uchádzačov pri hľadaní práce a doslova rozpoHYBOVAŤ trh.

### CIEĽOVÁ SKUPINA

Našou cieľovou skupinou sú všetci ľudia v produktívnom veku - zamestnaní aj nezamestnaní, študenti, absolventi, ľudia so zdravotným znevýhodnením, juniory, mid, seniory, programátori, upratovači, učitelia, marketéri, pracovníci výrobných liniek, predavači...

Prakticky každý, kto môže a chce pracovať a má prístup k internetu.

### CIELE

Pred kampaňou bola mediánová hodnota na 1 pracovnú ponuku 5 reakcií a celkový počet reakcií za jeden mesiac okolo 270 000.

Ciele:

Zvýšiť medián aspoň na 7 reakcií na 1 pracovnú ponuku (čísla pred covid pandémiou)  
Celkový počet reakcií za mesiac zvýšiť aspoň o 10 % (YtY)

### STRATÉGIA

# PRIHLÁŠKA

## NIKDY NIE JE TAK DOBRE, ABY NEMOHLO BYŤ EŠTE LEPŠIE

### Stratégia:

Aby sme splnili ciele, potrebovali sme na portál profesia.sk prilákať viac ľudí, ktorí budú aktívne reagovať na pracovné ponuky.

Až 31% aktívne pracujúcich neuvažuje nad zmenou práce a vo veľkej miere sú s ňou spokojní. (Zdroj: Focus).

Potrebovali sme teda osloviť aj tých, ktorí si prácu aktívne nehľadajú a motivovať ich k zmene. Doslova dať im do hlavy chrobáka, aby sa neuspokojili s dobrou prácou, keď ich práca môže byť skvelá. V kampani sme nechceli ľudí zastrášať, či zhadzovať súčasnú prácu. Našou ambíciou a strategickým prístupom je pozitívne motivovať. "Možno máš dobrý job, no čo ak existuje niekde lepší?"

### Insight:

My Slováci máme na všetko zaužívané frázy. Poznáte to, stane sa nám menšie či väčšie

nešťastie a hneď nám niekto povie: Nikdy nie je tak zle, aby nemohlo byť ešte horšie

### Idea:

Nikdy nie je tak dobre, aby nemohlo byť ešte lepšie

### Exekúcia:

Máte super job? Gratulujeme. No vždy môže existovať niečo lepšie. Rozhodujú pritom detaily.

V zábavnom spote ukazujeme prostredníctvom autobúsára Ruda, že nikdy nie je tak dobre, aby nemohlo byť ešte lepšie.

## BIG IDEA

---

Nikdy nie je tak dobre, aby nemohlo byť ešte lepšie

---

## IMPLEMENTÁCIA IDEY

Centrom kampane sa stal príbeh bežného človeka, autobúsára Ruda, ktorý miluje svoju prácu a vďaka Profesia.sk našiel ešte lepšiu. Frázu s twistom, sme dramatisovali nielen príbehom, ale aj známou piesňou a kapelou, ktorá si v spote rovno aj zahrála. Kampaň bola nasadená v TV, rádiu a online cez video a display kampaň v Google a Meta.

---

## ROZPOČET

od 150.001 do 300.000 EUR

---

## MEDIAMIX

<b>Online</b>	<b>15%</b>
Display + iVideo	10%
Social, sociálne siete	5%
<b>TV</b>	<b>70%</b>
Klasické komerčné spoty v breaku	70%
<b>Radio</b>	<b>15%</b>
Klasické spoty a čítané oznamy	15%



## NIKDY NIE JE TAK DOBRE, ABY NEMOHLO BYŤ EŠTE LEPŠIE

### VÝSLEDKY

Cieľ 1:

Zvýšenie mediánu na 1 ponuku z 5 na 7 reakcií (obdobie pred covidom)

Výsledok:

**Medián reakcií na 1 pracovnú ponuku bol počas kampane 8 reakcií**

Cieľ 2:

Zvýšiť mesačný počet reakcií o 10 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom (YtY)

Výsledok (YtY):

**Január 22,95%**

**Február 23,56%**

**Marec 13,55 %**

### POTVRDENIE VÝSLEDKOV

[Vgrvx6sx\\_Profesia\\_vysledky.pdf](#)

### INFORMÁCIE

Kampaň sme spustili začiatkom roka, kedy je hlavná sezóna bilancovania, predsavzatí a premýšľania nad zmenou práce. Vďaka kampani sme dosiahli najvyššie výsledky za posledné roky.

Profesia pôsobí v špecifickej kategórii, toto bola len tretia TV kampaň (tie predošlé mali odlišné ciele a media podporu) preto porovnanie s predošlými kampaňami alebo industry benchmarkami nie je relevantné

Kľúčové ciele tohto zadania sa týkali správania na webe. Investície do ďalšieho komunikačného trackingu by boli neefektívne.

### LESSON LEARNED

Bežný hrdina, jednoduchý príbeh a príjemná emócia dokážu ľudí motivovať k pozitívnej zmene uveriteľným spôsobom.

### UKÁŽKA KREATÍVY

[oNEWs8FD\\_Profesia\\_spot.mp4](#)

[BuziWBBW\\_Profesia\\_radiopot.wav](#)

[SCAwOLVs\\_PROFESIA\\_kampan.pdf](#)

### POTVRDENIE ÚDAJOV

**Správnosť klienta**

[UsZFSGPy\\_EFFIE\\_Profesia.pdf](#)

**Správnosť agentúry**

**Správnosť mediálky**

[wgGkZdfH\\_30-WM\\_potvrdenie.pdf](#)



PRIHLÁŠKA

# NIKDY NIE JE TAK DOBRE, ABY NEMOHLO BYŤ EŠTE LEPŠIE

## KREDITY - AGENTÚRA

---

Strategy director / Strategy planner	Matúš Kvas, Adam Marčan
Copywriter	Matúš Kvas
Creative Director	Adam Marčan, Matúš Kvas
Art director	Adam Marčan
Account Director / Account	Adam Marčan
Iní	Alexandra Pobjecká

## KREDITY - KLIENT

---

Marketing manager / Marketing director	Martin Menšík
Brand manager	Martina Hatňanková
Iní	Anton Khúla

## KONTAKTNÁ OSOBA - AGENTÚRA

---

Meno a priezvisko	Adam Marčan
Email	marcan@mannschaft.sk
Telefónne číslo	0911265935

## KONTAKTNÁ OSOBA - KLIENT

---

Meno a priezvisko	Martina Hatňanková
Email	martina.hatnankova@profesia.sk
Telefónne číslo	0915049666