

Ogilvy Recovery Task Force

V reakci na aktuální dění zakládá pražská pobočka mezinárodní komunikační agentury Ogilvy nový expertní tým Recovery Task Force. Cílem je pomoci značkám v nelehkém období krize a připravit je na transformaci, kterou svět projde po zažehnutí akutní fáze krize.

Pro marketing a komunikaci je v období krize klíčové sledit 4 dimenze:



Ogilvy Recovery Task Force dává dohromady úzce profilovaný tým top českých expertů právě v těchto oblastech. Každý z expertů je zároveň aktivní v mezinárodní komunitě Ogilvy. Task Force tak má exkluzivní přístup k řešením a strategiím z trhů, které již akutní fází krize prošly, zejména pak z Číny.

Pro tento účel tým vytvořil i novou metodologii, která pomůže značkám zorientovat se v náročném prostředí krize, upravit svou komunikaci a najít příležitosti pro růst. Tým tvoří:

JAKUB HODBOŮ je součástí globálního expertního týmu Ogilvy, a zajišťuje tak napojení na poslední know-how ze zahraničních trhů.

DITA STEJSKALOVÁ, která již 25 let pomáhá značkám a jejich leaderům nastavit správnou komunikaci v době krize.

PETR STRUNA je expertem na optimalizaci výkonnostního marketingu, zejména s ohledem na přesun prodejních kanálů do online prostředí.

BARBORA ŠUMANSKÁ vede nejefektivnější social tým v Česku, dle Effie. Síla social médií se opět ukazuje v těchto dnech. Social představuje způsob, jak se propojit se zákazníky v dobách krize.

JIŘÍ JÓN přináší expertízu chování značek, audit komunikace a příležitosti pro transformace značky v momentu, kdy se trh vrátí do „nového normálu“.

Ogilvy Recovery Task Force se chce formou poradenství zaměřit na větší a velké firmy a značky. V oblasti výzkumu úzce spolupracuje s výzkumnou agenturou Kantar, která i přes složité podmínky umí zajistit feedback z trhu.

„Inspirovali jsme se čínským označením pro krizi: „Wei Ji“ totiž označuje krizi, ale zároveň i příležitost,“ říká Ondřej Obluk, CEO českého Ogilvy. „Touto aktivitou chceme minimalizovat dopad koronavirové krize na značky na českém trhu a pomoci jim nalézt nové zdroje růstu v nové, post-krizové realitě.“

S ČÍM MŮŽE OGILVY RECOVERY TASK FORCE POMOCI?

1. Jak zavést principy krizového managementu značky?
2. Jak upravit mediální mix v době krize a po ní z pohledu efektivity?
3. Jak správně využít sociální síť k pomoci, dialogu i prodeji?
4. Jak sledit hodnoty a aktivity značky s probíhající situací?
5. Jak upravit nastavení komunikace a distribuce vašich produktů a služeb?
6. Jak přenést off-line zákaznickou zkušenost do online prostředí?
7. Jak připravit marketingový mix a značku na pokrizové období oživení?
8. Kdy a jak má značka pomáhat?
9. Jak si udržet klíčové parametry, jako je povědomí o značce?
10. Jaké inovace může krize přinést pro značku, zákaznickou zkušenost a komunikaci?

KONTAKT: VLASTIMIL.HLADIK@OGILVY.COM

Ogilvy