

MN

MARKETINGOVÉ
NOVINY

MARKETING MIX

FIREMNÍ ZPRÁVY

NEJNOVĚJŠÍ

INCOMA GfK

Lagardere bude podporovat projekt Český Goodwill

30.6.2014



Společnosti HPCG a Lagardere Active ČR se dohodly na spolupráci v rámci projektu Český Goodwill. Cílem spolupráce je zvýšení známosti značky Český Goodwill a budování silné pozice prestižního ocenění pro odpovědné podnikatele a společnosti, kterých si lidé váží.

Jedná se o dlouhodobé partnerství, během něhož skupina Lagardere hodlá do projektu Český Goodwill investovat svůj mediální prostor, know how a sdílet komerční potenciál projektu.

„ČESKÝ GOODWILL v sobě nese hodnoty, které pozitivním způsobem kultivují české podnikatelské prostředí. My se o totéž snažíme v oblasti rozhlasového a reklamního trhu již přes 20 let a jsme proto hrdým partnerem tohoto projektu,“ uvádí Petr Uchytíl, ředitel strategického marketingu Lagardere Active ČR, a na otázku, co pro něj osobně pojem Český Goodwill znamená, odpovídá: „Značka ČESKÝ GOODWILL je pro mne dostatečně výstižná. Zdůrazňuje příslušnost k České republice, dobrou vůli, ale i znalost toho, co je v podnikání cenné.“

V rámci svého affiliate programu bude skupina Lagardere projekt Český Goodwill komunikovat prostřednictvím rozhlasové stanice Frekvence 1 a Studia ZET na rádiu BBC. Ke komunikaci budou využívány klasické spotové kampaně i tzv. speciální operace, které propojí rozhlas a on-line média.

„Velice si vážíme toho, že se nám pro projekt Český Goodwill podařilo získat tak silného partnera, jakým je skupina Lagardere. Věříme, že díky tomuto strategickému partnerství budeme moci dlouhodobě zvyšovat prestiž projektu a vybudovat silnou značku Český Goodwill, která je oceněním pro odpovědné podnikatele, jichž si lidé váží,“ říká Lenka Hlavatá, managing partner HPCG. „Díky spolupráci s Lagardere Active ČR nabývá naplňování ambiciózních cílů projektu konkrétnějších rozměrů, a to včetně cíle nejvyššího, kdy se Český Goodwill stane zrcadlem úspěšnosti marketingu a komunikace odpovědných aktivit firem. Ocenění Český Goodwill je totiž především o vnímání odpovědnosti firmy jejím okolím,“ dodává Hlavatá.

Český Goodwill oceňuje podnikatele a společnosti, kterých si lidé váží pro jejich morální kvality, etické jednání vůči nejširšímu okolí jejich firmy a odpovědný přístup k podnikání. Déle než 470 let historie za sebou dohromady mají tradiční české značky, které loni zvítězily v premiérovém ročníku projektu Český Goodwill. Vítězství v pěti základních hodnotících kategoriích si odnesly firmy STAP (Tradice), Nobilis Tilia (Inovace), Aquasoft (Partner), Pražská energetika (Mecenáš) a OČNÍ EU (Osobnost).

Branding

NEWSLETTER



DOTACE PRO PODNIKATELE

enovation.cz/dotace-pro-podniky

Zdarma konzultace vašeho
projektu. Vybereme vám program
na míru.



DOPORUČUJEME

Segmentace: 5 typů on-line zákazníků

**Ludvík Čichovský: Reklama v Japonsku
pohledem Evropana**

Miloš Toman: Tvořím, tedy jsem

Jiří Boháček: Inovace na pivním trhu

**Adam Novák: Naučte se metody
špičkových inovátorů**

**Jiří Bednář: Optimální načasování
marketingových aktivit**

**Ludvík Čichovský: Hodnota produktu pro
zákazníka – generátor výkonnosti firmy**

NEJČTENEJŠÍ

Mattoni ve spotu představuje Mattoni