

Brief na tvorbu kreativního konceptu a videí pro značku Obchodně podnikatelská fakulta v Karviné

Představení: OPF je součástí Slezské Univerzity (SU), která patří mezi nejmladší veřejné vysoké školy v Česku. Máme za sebou 90. léta, kdy fakulta měla status kvalitní a uznávané vzdělávací organizace (byť menší fakulty), poté následovala doba prudkého růstu, kdy se nabírali studenti ve velkém a fakulta značně narostla a od roku 2010 je zaznamenán dlouhodobý pokles studentů trvající až do posledního roku (2018). Fakulta v době svého růstu zjednodušila pro uchazeče přijímací proces a v tomto období se image fakulty značně zhoršila. Po restrukturalizaci v roce 2014 se fakulta transformovala, rozjely se zajímavé projekty (Coworkingové centrum Business Gate, nové profesní studijní programy, investice do zázemí – Edukační laboratoř, multimediální studio, rekonstrukce velkého a malého sálu) včetně inovací výuky a celkově se kvalita výukového procesu, ale také např. vědy a výzkumu nachází na dobré úrovni. Aktuální studijní programy a obory jsou uvedeny na webové stránce <http://studujvkarvine.cz/obory.php>

Jakým výzvám čelíme: Mezi největší výzvy patří úbytek uchazečů, který je alarmující a je hlavní spouštěč pro tuto aktivitu. Celkovou atraktivnost OPF snižuje také atraktivita města Karviné a jeho okolí, která není dobrá a pro uchazeče se nejedná o město atraktivní pro studium. Na druhé straně cítíme, že kvalita toho, co můžeme uchazečům nabídnout roste, ale neumíme to dostatečně prodat/odprezentovat. Jsme již chyceni v operativní slepotě a je pro nás složité přijít s kreativním konceptem nebo nápadem, na kterém by šlo postavit střednědobou komunikaci značky. Povědomí o značce OPF není mezi uchazeči o studium velké a asociace se značkou jsou spíše negativní. Kampaně děláme dlouhodobě dominantně akviziční v obdobích podávání přihlášek bez výrazných investic do budování značky.

Důležitou výzvou je také existence EkF VŠB-TUO, která ve velmi blízké a mnohem atraktivnější Ostravě nabízí téměř shodné studijní možnosti. Dále v Havířově je soukromá VŠSS a v Ostravě soukromá VŠPP, které uspokojují zejména uchazeče o kombinované studium z řad zaměstnanců a podnikatelů, kteří při vzdělání potřebují pružnost, snížené nároky, jednoduchost a jsou ochotni si za tyto "služby" zaplatit.

Současný stav: V roce 2018 byla na univerzitní úrovni SU spuštěna kampaň jinak.slu.cz, která byla podpořena online i offline propagací a cílila na potenciální studenty – uchazeče o studium. Hlavní message kampaně je, že tě na Slezské naučíme Jinak. Kampaň je tvořena tvářemi studentů a pedagogů SU. Pro studenty je matoucí, že v názvu univerzity je Opava, přitom OPF sídlí v Karviné.

V minulém roce proběhl redesign webových stránek opf.slu.cz a to ve vlastní režii pod záštitou Centra informačních technologií SU. Redesign je krokem vpřed oproti původní verzi, bohužel se se současnou podobou webu nedá příliš manipulovat, proto pro kampaň bude jako landing page stěžejní web studujvkarvine.cz, který je určený přímo pro uchazeče o studium a je flexibilní, co se týče úprav. Jsme připraveni web přesunout na jinou doménu dle navrhnutého kreativního konceptu.

Cílíme také na Slovensko blízko CZ hranicím primárně Žilinský kraj. Hlavní SŠ, co se týče zaměření jsou (seřazeny prioritně): Obchodní akademie, Gymnázia, Hotelové školy, Odborné SŠ.

Cíl spolupráce: Cílem spolupráce je tvorba kreativního konceptu značky OPF určené pro komunikaci směrem k cílové skupině uchazečů o studium a následná tvorba videí, vycházející z kreativního konceptu včetně tvorby námětu (storyboardu), produkce a postprodukce.

Kreativním konceptem je myšleno kompletní zpracování nosné myšlenky (nápadu) celé kampaně, který bude v souladu s pozicí OPF na trhu VŠ.

Koncept by se neměl vázat na krátkodobá sociokulturní témata, jelikož jsou termíny pro podání přihlášek rozvrstveny do časového úseku minimálně 8 měsíců.

Očekávané výstupy: Dokument popisující nosnou myšlenku (nápad) kampaně, z ní vycházející námět na sérii videí (5 videí). Popis a grafická podoba storyboardu pro jednotlivá videa, která budou schválena a podle storyboardů budou finálně zpracována. Délka videa není limitována, ale musí respektovat potřeby kanálů, na kterých bude distribuováno. Návrh nového názvu domény, který by nahradila studujvkarvine.cz.

Hlavní claim marketingové komunikace: V propagaci OPF pracujeme s předpokladem, že většina studentů, kteří k nám přicházejí volí fakultu jako druhou možnost, v případě neúspěšného přijímacího řízení na jiné vysoké škole. Jejich motiv je také častokrát dokončit studium, aby byli rodiče šťastní a tím pádem studovat s co nejmenším odporem – tito studenti chtějí především projít. Na druhé straně je menšina aktivnějších studentů, kteří od studia chtějí něco více a zajímají se o možnosti na škole a zapojují se do nich.

Kombinací těchto dvou kategorií studentů jsme dospěli ke claimu: *Pohodové studium plné příležitostí!*

V claimu akcentujeme fakt, že v Karviné se jedná o pohodové studium (myšleno jednodušší), tzn. že student se nemusí nesmyslně biflovat na zkoušky, ale má tím pádem více volného času, který může smysluplně využít. V žádném případě to ovšem neznamena, že by se student nemusel na zkoušky učit. Druhá část message – plné příležitostí, komunikuje, že větší množství volného času se dá využít smysluplně a využít příležitosti, které OPF nabízí – propojení s praxí a rozvoj podnikatelských nápadů – Business Gate, vycestování do zahraničí – Erasmus, zapojení do výzkumných aktivit, zapojení do projektů a života na OPF – studentská unie OPF, zázemí nové multimediální a edukační laboratoře EDULAB. Kreativní koncept by neměl být v rozporu s tímto claimem.

V průběhu spolupráce bude stanovena kontaktní osoba, která bude pověřena promptně reagovat na dotazy ze strany zpracovatele (do 24 hodin) a také “hotline” pro zodpovídání dotazů.

Harmonogram

nejpozději 19.8.2019 Vyhlášení Výzvy k podání nabídky na veřejnou zakázku malého rozsahu na služby

6.9.2019 Deadline podávání přihlášek do soutěže

6.9.2019 Rozeslání pozvánek k prezentaci přihlášeným uchazečům o zakázku

9.9.2019 Prezentace návrhů výběrové komisi

16.9.2019 Podpis smlouvy o dílo

15.11.2019 Dodání díla dle smlouvy