

Zadania rekrutacyjne

ZADANIE 1 – PR/Copywriting

Opracuj tekst prasowy (artykuł redakcyjny) na jeden z poniższych tematów przewodnich:

- **Wybieramy rynny: PVC czy stalowe? Poznaj wady i zalety różnych rozwiązań.**
Typ tekstu: dziennikarski tekst poradnikowy.
Objętość: 2-3 strony
Rodzaj mediów: dodatki tematyczne w dziennikach, portale i magazyny branżowe dotyczące budownictwa.
Lokowanie klienta: ulokuj w tekście jednego z wybranych przez siebie czołowych na polskim rynku producentów okien
- **Wrocławski rynek nieruchomości mieszkaniowych – podsumowanie III kwartału i prognoza na kwartał IV.**
Typ tekstu: dziennikarski przekrojowy, ekspercki artykuł na temat rynku nieruchomości.
Objętość: 2-3 strony
Rodzaj mediów: portale biznesowe i media branżowe zajmujące się tą tematyką lub regionalny dziennik/portał ogólnoinformacyjny.
Lokowanie klienta: ulokuj w tekście 2-3 przedstawicieli firm działających w tym segmencie rynku.

ZADANIE 2 – Kreacja i Komunikacja

Zadanie:

Na polskim rynku (w 71 miastach), porusza się obecnie prawie 40 tysięcy współdzielonych pojazdów: rowerów, skuterów, hulajnóg i samochodów na minuty. We Wrocławiu działa kilku różnych operatorów.

- Wybierz jeden z segmentów (np. hulajnogi, skutery etc.) – ten który najbardziej cię interesuje.
- Wybierz jednego z przedstawicieli tego segmentu, ale takiego który nie działa jeszcze we Wrocławiu.
- Załóż, że właśnie podjął on decyzję o wejściu na rynek wrocławski
- I przygotuj w formie prezentacji strategię komunikacji dla wybranej przez siebie marki/usług marki. Możesz do tego podejść jak do tworzenia strategii lub tak jak do planowania/budowania kampanii promocyjnej np. w perspektywie najbliższych 3-6 miesięcy. Pozostawiamy dowolność w tym obszarze. W komentarzach możesz zawrzeć wyjaśnienia poszczególnych slajdów, ale nie jest to konieczne.

Założenia

- Promocja marki i jej usług na wrocławskim rynku.
- Zbudowanie bazy aktywnych użytkowników.
- Zbudowanie rozpoznawalności wśród grup docelowych.
- Dla ułatwienia możesz założyć budżet promocyjny na poziomie 200-300 tys. zł.
- Jeśli uznasz, że dla realizacji twojej strategii/pomysłu konieczne są jakieś działania w innych obszarach niż te które poruszysz, to możesz to zasygnalizować w prezentacji.

Co chcielibyśmy zobaczyć

- Założenia strategii: dookreślenie, krótka charakterystyka grup docelowych + big idea + najważniejsze cele.

WILLS INTEGRATED

- Obietnicę marki
- Punkty styku z grupami docelowymi - priorytetowe, najważniejsze, do wykorzystania.
- Plan wykorzystania narzędzi komunikacyjnych (jakie, w jaki sposób).
- Dobry, spójny koncept.
- Zaplanowanie kolejności działań (timeline).

Powodzenia!