

DOSSIER DE CANDIDATURE 2019

Nom de l'entité déposante : Zimages

agence

annonceur

Nom de l'agence conseil ou de l'annonceur : Immobilière Atlantic Aménagement

NOM DE LA CAMPAGNE : Les impulseurs

CATÉGORIE : Communication Interne

DATE DE CAMPAGNE : 22/05/19 au 28/06/19

TERRITOIRE GEOGRAPHIQUE : 17 / 79 / 86

À SAVOIR



- Les 10 rubriques doivent être remplies par vos soins et exclusivement sur ce modèle de Power Point, **en conservant la mise en page pour des raisons d'équité.** Aucun autre modèle ne sera accepté.
- L'ensemble de votre dossier ne doit pas dépasser 20 slides.

Vous avez la possibilité de faire concourir UNE SEULE de vos campagnes / actions au Coup de cœur du Public. Cocher la case suivante pour sélectionner ce dossier :

je souhaite participer au COUP DE COEUR DU PUBLIC

Dossier à renvoyer avant le : 16 septembre 2019

Via le formulaire : www.tropheesdelacom.so/candidatez/

1 RÉSUMÉ DE LA CAMPAGNE

CE RESUMÉ sera également intégré dans le book de présentation des campagnes .



Slider à remplir en 3 LIGNES MAX . Ce pitch peut être repris dans notre communication

LES IMPULSEURS est une démarche d'innovation participative qui donne à chaque collaborateur l'opportunité de partager ses idées et d'être acteur de la transformation de leur société. En chacun des collaborateurs sommeille un potentiel créatif et inventif que vous pouvez réveiller pour impulser de nouveaux projets innovants.

2 RAPPEL DE LA DEMANDE

Concevoir et mettre en place une opération interne type jeu concours invitant les collaborateurs de l'entreprise à partager leurs meilleures idées innovantes sur des thèmes présélectionnés par le Comité Exécutif.

3 LES OBJECTIFS & PUBLICS VISES

- **Déployer** la vision du Comex et le plan d'entreprise à toutes les strates de l'entreprise.
- **Fédérer** les collaborateurs autour de la notion d'innovation et développer leur engagement.
- **Valoriser** le potentiel créatif et inventif des collaborateurs pour détecter et impulser de nouveaux projets innovants.

4 LA PROBLEMATIQUE

- **Trouver** un nom original et innovant ayant du sens.
- **Créer** une mécanique digitale compréhensible par tous.
- **Obtenir** l'adhésion et l'implication autour du projet de l'ensemble des collaborateurs.

5 LES PARTIS PRIS / STRATEGIE

- **Créer un nom simple**, accessible et dynamique **“les impulseurs”**.
- **Changer les codes, et créer une campagne volontairement décalée** et impactante pour **susciter la curiosité** des collaborateurs et sortir du cadre classique de la communication intra-entreprise.
- **Mettre en place un site web collaboratif** accessible à l’ensemble des collaborateurs pour le partage des idées sur une semaine.

6 LES CONCEPTS CREATIFS

- Pour ce projet, nous avons volontairement créé un nom simple, accessible à tous, symbolisant aussi bien sur le fond que sur sa forme la démarche et la volonté de l'entreprise.

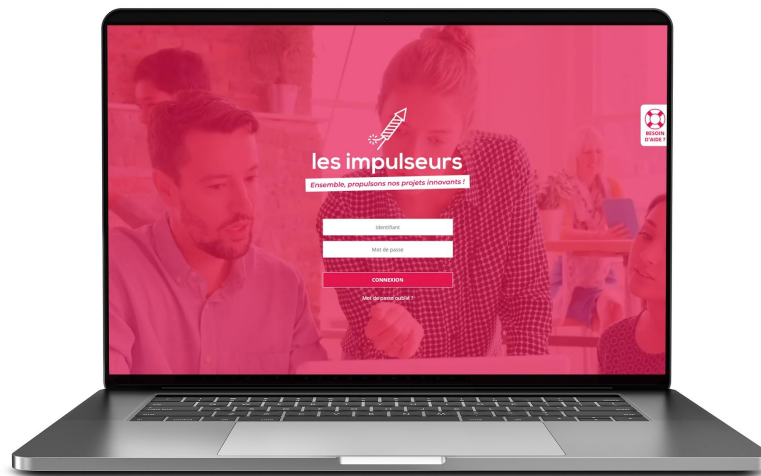


les impulseurs

Ensemble, propulsons nos projets innovants !

7 LES CONCEPTS CRÉATIFS

- **Création d'un portail collaboratif,** accessible à l'ensemble des collaborateurs. Permettant de soumettre et de voter pour des idées.



8 LES VISUELS

**PRÉPAREZ-VOUS
ÇA VA IMPULSER !**



**Rendez-vous le 4 juin
sur IntraYam**

**PRÉPAREZ-VOUS
ÇA VA IMPULSER !**

**Rendez-vous le 4 juin
sur IntraYam**



Présenter ici les principaux visuels : affiches, couverture de document imprimé, capture d'écran (+ lien web).

Pour toutes les catégories : vous devrez joindre au **minimum 3 visuels en HD** (jpeg, gif, png) dans l'espace de dépôt et 10 au maximum ainsi qu'un lien vers une plateforme vidéo ou sonore si besoin.

Présentation du concept aux collaborateurs :

<https://player.vimeo.com/video/341596472>

Présentation de la plateforme digitale :

<https://youtu.be/Q-tQIZIP5Uo>

9 LE PLAN D'ACTION (stratégie média & hors média)

- **Communication** sur le réseau social de l'annonceur "IntraYam" et sur son réseau intranet.
- **Création de petits déjeuner d'information**, de sensibilité des équipes.
- **Envois** d'invitations par e-mail.
- **Création d'un événement** sous forme de cérémonie pour remettre les prix des projets les plus innovants.

10 EN QUOI CETTE CAMPAGNE / ACTION EST REMARQUABLE OU DIFFERENCIANTE ?

- Elle donne la parole en toute transparence à l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise avec un objectif assumé de mise en place des meilleures idées proposées.
- Création de valeurs pour toutes les parties prenantes de l'entreprise : direction, collaborateurs, managers, locataires.
- Participe à la Qualité de Vie au Travail.
- Insuffle l'intraprenariat dans l'entreprise.
- Mise sur la co-construction et le dialogue.

11 QUELLES SONT LES RETOMBÉES MAJEURES DE CETTE CAMPAGNE (KPI, ROI, évolutions significatives identifiées...)?

- Nombre de collaborateurs : **264**
- Nombre d'utilisateurs connectés : **146** *(soit 55% de taux de connexion)*
- Durée de l'opération : **8 jours**
- Nombre de visiteurs : **479**
- Nombre de pages vues : **6 268**
- **Nombre d'idées : 159**
- Nombre de likes : **1064**
- Nombre de commentaires : **29**

12 VOS PRINCIPAUX ENGAGEMENTS RSE :

- Limiter au maximum l'impression de support papier.
- Implication et écoute des collaborateurs pour les projets futurs de l'entreprise.
- Amélioration du bien être des locataires.

13 VOTRE PROJET EN SYNTHÈSE (en quelques mots) :

NOM DU CANDIDAT / ANNONCEUR : Zimages / Immobilière Atlantic Aménagement

NOM DE LA CAMPAGNE : Les impulseurs

OBJECTIF DE LA CAMPAGNE : Faire participer les collaborateurs à la stratégie de l'entreprise.

STRATÉGIE ADOPTÉE : Création d'une campagne (print + digital interne) détonante. Création d'un site collaboratif de partage et d'échange d'idées sur plusieurs thématiques variées, avec à la clef un gain pour les collaborateurs qui ont proposé les idées les plus intéressantes.