

Tisková aktualita
17. 6. 2020

Conectart startuje novou náborovou kampaň, chce bořit mýty o call centrech

Největší provozovatel kontaktních center v Česku, společnost Conectart, spustila od června novou kreativní náborovou kampaň. Její hlavní vizí je bořit mýty, které jsou práci telefonního operátora zařité a představit Conectart jako firmu se stabilním zázemím. Kampaň vznikla ve spolupráci s kreativní agenturou Hotshots a jejími tvářemi jsou sami operátoři. Veškerá komunikace směřuje na náborový web www.borimemyty.cz.

„Kampaň má upoutat pozornost na zjevné a zařité předsudky o práci v kontaktních centrech. Nechtěli jsme ale žádné vizuály z fotobanky, proto jsme do kampaně zapojili reálné pracovníky – a pro někoho třeba i budoucí kolegy. Reální lidé z Conectartu tedy hrají v kampani důležitou roli a podtrhují autenticitu snahy klienta o kultivaci tohoto prostředí. Kampaň jsme rozdělili do dvou linek: zlepšení pověsti o call centrech a vyvrácení zařitých mýtů na jedné straně, a zvýšení povědomí o Conectartu na straně druhé. Samozřejmostí je pak zdůraznění výhod, které mají zaměstnanci tohoto call centra oproti konkurenci,“ říká ředitelka realizující agentury Hotshots, Kristina Hotová.

Conectart vytvořil spolu s operátory seznam „hejtů“, které se mezi lidmi obecně tradují o práci v call centrech. Vzniklo tak 10 komunikačních mutací, které doslovně zařité stereotypy znázorňují. Všechny texty začínají stejně: „Říkali mi, že ...“ Kampaň je určena primárně pro online prostředí, ale objeví se i na venkovních plochách, nejintenzivněji s ní však bude společnost pracovat na sociálních sítích. Právě zde chce společnost akcentovat uvolněnou atmosféru a řadu firemních benefitů, které svým zaměstnancům nabízí. V příspěvcích s osobními příběhy konkrétních pracovníků call center zdůrazňují flexibilitu, podporu mladých lidí, možnost kariérního růstu a vzdělávání, práci z domu, moderní pracovní prostředí, nebo třeba podporu matek samoživitelek.

„Operátoři se stále potýkají s nejrůznějšími předsudky. My se proto dlouhodobě snažíme o narovnání nejen dobrého jména profese operátora, ale i celého odvětví. Kampaní chceme poukázat i na fakt, že dokážeme nabídnout práci téměř každému, a to i lidem z okraje trhu práce. Například matkám samoživitelkám, seniorům nebo osobám se zdravotním znevýhodněním. Díky novým technologiím zaměstnáváme i tzv. digitální nomády, což bychom rádi odkomunikovali zase mladé generaci. Kampaní si chceme pracovní trh s kandidáty lépe rozkategorizovat,“ vysvětluje Barbora Tillová, marketingová ředitelka společnosti Conectart.

Fotografie v tiskové kvalitě naleznete zde: https://bit.ly/Conectart_BorimeMyty



**Kontakt pro média:**

Barbora Tillová

Marketing Director

Conectart s.r.o.

(+420) 728 185 630

barbora.tilova@conectart.cz

Conectart již více než 10 let poskytuje komplexní služby kontaktního centra českým i zahraničním zákazníkům. Ve svém portfoliu má řadu významných společností, například Samsung, Vodafone, MND, Českou spořitelnu, AmRest nebo SAZKA mobil. Conectart vznikl spojením společností Informační linky a Direct Communication. V roce 2017 akvíroval další kontaktní centrum Quality Brands. Sloučením těchto společností vznikl největší poskytovatel služeb v oblasti „Business Process Outsourcing“ (BPO) v České republice, kde v současné době pracuje přes 1000 zaměstnanců. Společnost Conectart s.r.o. je členem investiční skupiny KKCG.

**Conectart s. r. o.**K Žižkovu 851/4 | 190 00 Praha 9-Vysočany | info@conectart.cz | www.conectart.cz