

Rok powstania: 2016

MAJA JAWOROWSKA, KAROLINA KORKUĆ, ANNA PIKOS

Kontrowersyjna kampania Bijelo¹

Była godzina 17.00. Magda wychodziła z biura i wracała do domu. Siedząc w tramwaju, zastanawiała się, czy słusznie została ukarana przez szefa. Z jednej strony wiedziała, że porażka kampanii marki Bijelo, za którą odpowiadała, była spowodowana jej błędem. Z drugiej strony, w firmie nie było odpowiednich procedur, które wskazywałyby, jakie działania są dozwolone. Szargały nią sprzeczne emocje. Myślami wracała do pierwszych dni swojej pracy.

Pierwsza praca

Magda od zawsze marzyła o pracy w reklamie. Po pierwszym roku studiowania zarządzania na prestiżowej warszawskiej uczelni podjęła decyzję o rozpoczęciu kariery zawodowej. Najbardziej zależało jej na stażu w agencji reklamowej – takiej, która rozwinie jej kreatywność i organizację pracy. Wcześniej nie miała żadnego doświadczenia zawodowego.

W wakacje 2012 roku Magda dowiedziała się o płatnym stażu w jednej z czołowych agencji reklamowych. Jak się okazało, Head of Social Media² firmy był krewnym przyjaciela Magdy ze studiów. To ułatwiło jej dotarcie do rekrutujących. Poprosiła przyjaciela o przesłanie jej CV do firmy i po kilku tygodniach dostała wiadomość, że z początkiem października może zacząć swoją pracę. Została zatrudniona na umowę o dzieło.

Podczas pierwszych dni w pracy Magda otrzymywała proste obowiązki – przygotowanie wpisów na facebookowe strony klientów, podstawowych slajdów przetargowych czy uczestniczenie w spotkaniach działowych. Jej silną stroną okazały się prace kreatywne. Teksty i pomysły jej autorstwa od początku wyróżniały się na tle prac innych stażystów pracujących w agencji. Chwalili ją nie tylko bezpośredni przełożony i dyrektorzy, ale nawet zarząd.

Po trzech miesiącach pracy staż Magdy został przedłużony (nadal była zatrudniona na umowę o dzieło), a w stopce jej maila pojawiła się informacja o stanowisku – Junior Account Executive³. Wraz z awansem zmieniły się także jej obowiązki. Od tej pory Magda kontaktowała się już samodzielnie z klientami, sama jeździła na spotkania, a jej teksty nie przechodziły już, jak wcześniej, tak dokładnej kontroli. Przełożeni ufali jej talentowi, zdobywanemu doświadczeniu oraz intuicji zawodowej. Jednym z jej głównych klientów była bałkańska marka produkująca przyprawę, Bijelo. W ramach tej współpracy Magda była odpowiedzialna za stworzenie i wypromowanie na Facebooku

¹ Wszystkie dane występujące w niniejszym studium przypadku są fikcyjne.

² Osoba odpowiedzialna za zarządzanie marką w mediach społecznościowych.

³ Opiekun agenta.

fanpage'a⁴ marki oraz aktywne prowadzenie komunikacji i moderowanie społeczności. Razem z nią w projekcie pracowały jeszcze dwie osoby – nowo zatrudniony Senior Project Manager⁵ Krzysztof i młodszy grafik Robert. Zespół pracujący z Bijelo funkcjonował na początku bardzo dobrze, jednak szybko pojawiły się pierwsze problemy. Krzysztof, mimo wielu lat doświadczenia, nie wykonywał zadań na czas. Często spóźniał się z przygotowaniem raportów i podsumowań. Co ważne – od sposobu jego pracy zależało także to, jak wyglądały godziny pracy Magdy i Roberta. Rzadko zdarzało się, że wykonywali zadania zgodnie z przyjętym harmonogramem. Wszystko działało się na ostatnią chwilę, co zupełnie rozbijało organizację pracy dla Bijelo. Mimo to klient był zadowolony z działań Magdy. Ona sama podkreślała, że komunikacja z klientem była przyjemna i bezproblemowa. Największe trudności pojawiały się na poziomie porozumiewania się wewnątrz agencji.

Nowe obowiązki

Po kilku miesiącach obsługi Bijelo Krzysztof postanowił przekazać Magdzie dodatkowe obowiązki. Dotychczas jej praca sprowadzała się do prowadzenia projektu oraz częściowego jego wykonywania, np. prowadzenia fanpage'a. W maju jednak Krzysztof zdecydował się przekazać Magdzie dodatkowe zadanie – obsługę panelu reklamowego, a więc i bezpośrednie operowanie budżetem mediowym⁶ klienta. Przekazanie obowiązków zostało uzgodnione z klientem. Krzysztof obiecał Bijelo, że Magda zostanie odpowiednio przeszkolona, a jej praca na początkowym etapie będzie przez niego monitorowana.

Magda z początku z entuzjazmem przyjęła nowe zadania. Krzysztof przygotował dla niej krótkie szkolenie z Facebook Ads – narzędzia służącego do promocji publikowanych w serwisie treści. Niestety na szkolenie nie było zbyt dużo czasu i Magda nie zdążyła dowiedzieć się wszystkiego o mechanizmie systemu. Krzysztof poinstruował ją, by doszkołała się, szukając informacji w Internecie. Magda nie była zadowolona z takiego rozwiązania i z początku nie czuła się pewnie w korzystaniu z panelu reklamowego. W firmie nie było jednak nikogo poza Krzysztofem, kto mógłby jej w tym pomóc. Największym problemem było jednak to, że Krzysztof nie monitorował pracy Magdy, która musiała radzić sobie sama.

Przypadkowe zdjęcie

W ten piątek Magda jak zwykle wertowała sieć w poszukiwaniu atrakcyjnego zdjęcia, które mogłaby wykorzystać do postu na fanpage'u Bijelo. W praktyce sprowadzało się to do pobierania plików wyszukanych w wyszukiwarce Google lub w agregatorach grafik (np. serwisach Pinterest lub Tumblr). Zdjęcia były zazwyczaj dobrej jakości, w wysokiej rozdzielczości. Wybór padł na fotografię znaną na Tumblr, przedstawiającą apetyczne, pomysłowo wykonane kanapki. Grafika idealnie wpasowała się w prezentację jednego z produktów, więc zgodnie z przyjętymi w dziale normami Magda, nie zastanawiając się zbyt długo, zamieściła zdjęcie na stronie. Jej przełożeni pochwalili ją nawet za ciekawy content, a Krzysztof zasugerował, by ustawić na weekend promocję postu. Pomysł wydawał się dobry – zdjęcie wywołało pozytywne reakcje nawet przed startem promocji, więc pracownicy, pewni sukcesu, zakończyli pod koniec dnia pracę i udali się do domów.

W poniedziałek Magda przyszła do pracy spóźniona kilka minut. W dziale Social Media już wrzało. Krzysztof z przejściem rozmawiał z kimś przez telefon. Gdy zobaczył w progu Magdę przywołał ją gestem i nie przerywając konwersacji ze złością wbił palec w ekran komputera. Magda przyjrzała

⁴ Strona internetowa fanów danej marki.

⁵ Starszy kierownik zespołu.

⁶ Budżet przeznaczony na zakup i planowanie mediów.

się przedmiotowi zamieszania i zaniemówiła. Pod postem zawiązała się dyskusja na setki komentarzy, i to wcale nie pozytywnych. Magda szybko zrozumiała, co się stało. Okazało się, że przepiękne zdjęcie kanapek pochodziło z polskiego bloga kulinarnego, a post, dzięki promocji, rzucił się w oczy autorce owej fotografii. Blogerka wszczęła awanturę, która toczyła się na fanpage'u Bijelo. Setki czytelników bloga i postronnych fanów strony nie przebierały w słowach, wyzywając firmę od złodziei i domagając się wyciągnięcia konsekwencji za nielegalne wykorzystanie zdjęcia. Groźby były bardzo poważne – komentujący sugerowali blogerce, by wystosowała odpowiednie pismo do Bijelo, lub nawet nie próbowała się porozumieć, a od razu udała się do sądu. Kilka godzin później do agencji trafiło pismo przygotowane przez prawnika pokrzywdzonej blogerki. Domagał się on oficjalnych przeprosin oraz uiszczenia kary w wysokości 10 tys. zł na rzecz swojej klientki w ramach rekompensaty za poniesione szkody.

Była to pierwsza tak poważna sytuacja życia zawodowym Magdy. Z jednej strony nie zrobiła niczego wbrew polityce działu – takiego właśnie procesu nauczyli ją przełożeni i takie panowały wewnętrzne ustalenia, z drugiej strony jednak to ona odnalazła i opublikowała zdjęcie na stronie. Atmosfera panująca w firmie tego dnia nie pozwalała jej myśleć inaczej – zespół obwinił ją o ten bardzo poważny błąd i nikt nie czuł się współodpowiedzialny.

Konsekwencje

Kilka dni później Magda została wezwana przez swoich przełożonych. Rozmowa była długa – Krzysztof starał się w delikatny i profesjonalny sposób przedstawić i wytłumaczyć jej zarzuty i konsekwencje, które miały ją spotkać – obcięcie pensji o 50% oraz powrót na okres próbny. Magda czuła się winna całej sytuacji i bardzo mocno przeproszała za popełniony błąd. Jej reakcja spotkała się z dużą aprobatą – Krzysztof spodziewał się bowiem, że Magda oburzy się na wymiar kary. Jednak sposób, w jaki się do niej odniosła, uznał za bardzo profesjonalny. Kilka miesięcy później Magda dowiedziała się, że jej agencja poszła na ugodę z pokrzywdzoną blogerką, sprawa nie trafiła do sądu i skończyło się na oficjalnych przeprosinach. Co prawda reputacja Bijelo została nadszarpnięta, jednak nie poniosła ona żadnych konsekwencji finansowych – podobnie jak agencja reklamowa. Jedyłą osobą, która została ukarana za zajście całej sytuacji była Magda.