Avaya: Flexible Working Campaign

FLEISHMAN INTERNATIONAL COMMUNICATIONS HILLARD

Aim:

- Expansion of PR for Avaya, a leading global provider of business communications software, systems and services, which until now was focused on product communication
- Adaptation of an EMEA-wide Campaign in 2008 und 2009
- Create awareness in the general public for the socio-political topic "flexible working conditions"
- Create link between flexible working conditions and innovative communications solutions such as Unified Communications

Cornerstone Study "Flexible Working"

- Implementation and evaluation of a pan-European online study through an independent research institute.
- Survey of around 3.000 employees in Germany, France, Italy, Russia, Spain and the UK per study



The state of the s

Studie: Jobs im Mittelstand

Arbeitszeit soll

flexibler sein



Bietet Ihnen Ihr Arbeitgeber flexible Arbeitsbedingungen

Basis: 225 Befragte aus Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern

Würden Sie den Job wechseln,
 wenn ein Unternehmen Ihnen flexiblere Arbeitsbedingungen bieten könnte²
Basis: 225 Befragte aus Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern





Avaya: Thought Leadership Campaign

FLEISHMAN HILLARD

PR Approach

- Creation of picture and graphic material to illustrate the results for the German market
- Step-by-step publication of the results in the context of four press releases with varying thematic approaches and for different target groups:
 - Summary of the most important study results
 - ▼ Flexible Working in SMBs
 - ▼ Flexible Working & working women
 - ▼ Flexible Working & client services in business
- ▼ Further use of the study results in by-lined articles, interviews and press releases

Results

- General awareness through coverage in trade and business press, as well staff publications
- Reaction from media, not previously interested in telecomms
- Over 200 articles Europe-wide by August 2009 alone





Das Zuhause wird zum Büro



Arbeitszeit soll flexibler sein Arbeitszeit soll flexibler sein Var audröten, Disselder 1. 1. 20, 17Unternehmen mit flexiblen Arbeitsmit seiner Studie des Arbeitsschleren seiner Studie des Arkforschungsunternehmen Dynamic Maiste ist gebnis einer Studie des Markforschungsunternehmen Dynamic Makest. Vor allem an Bedingsungen, die Arbeitseiner Studie des Markforschungsunternehmen Dynamic Makest. Vor allem an Bedingsungen, die Makest. Vor allem an Bedingsungen, die Makest. Vor allem an Bedingsungen, die Arbeitsmer Interessiert. Doch zwischen Wurch und Mehaltik klaften große in van der der Studie der Studie der vaschen Unternehmen zeigen, Flexibiltit in foh sie ein Privileg, das nur wenischen Unternehmen zeigen, Flexibiltit in foh sie ein Privileg, das nur wenider verschungen der sieht, dass 25 % der Arbeitschen der Studie der Studie der auf der Studie der Stud



wenn ein Unternehmen Ihnen flexiblere Arbeitsbedingungen bieten könnte? Basis: 225 Befragte aus Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern

