

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

V interní komunikaci ŠKODA AUTO jsme se chtěli více zaměřit na oblast Výroby a dát těmto tématům nový rozměr. Jedním z klíčových témat firmy jsou inovace, a tak jsme hledali cestu, jak obojí propojit. Zaměřili jsme se na inovativní stroje v závodech ŠKODA AUTO a vznikl video-seriál „Můj stroj“. Každý měsíc představuje jeden zajímavý stroj ve výrobě přímo zaměstnanec, který jej denně obsluhuje. Cílem pořadu je v krátkém časovém úseku (max. 3 minuty) jednoduchým jazykem představit unikátní a inovativní stroje používané nejen ve výrobě, ale i v logistice a dalších útvarech. Projekt si zaslouží ocenění především proto, že má přesah i do dalších oblastí. Slouží například jako výukový materiál pro nové zaměstnance, při prezentacích firmy, při školeních a kurzech pro zaměstnance, PR materiál pro marketingové účely, v expozicích ŠKODA Muzea apod. Na portálu YouTube a Zaměstnaneckém portálu se seriál těší veliké oblibě. Z tohoto důvodu jsme ho v letošním roce začali natáčet s profesionálním štábem.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Díky videoseriálu můžeme ukázat jedinečné záběry strojů, které nejsou veřejnosti běžně dostupné, a prezentovat ŠKODA AUTO jako moderní firmu využívající nové technologie a inovativní stroje ve výrobě, logistice, kvalitě a dalších útvarech. Řada strojů je v ČR ojedinělá a kromě ŠKODA AUTO se s nimi divák jinde neseťká.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Formát video reportáže byl doposud využíván jen pro externí komunikaci, proto jsme se rozhodli tuto formu komunikace zařadit i do interních nástrojů. Stopáž dílů jsme uzpůsobili poznatkům, které máme k dispozici ze statistik chování našich zaměstnanců na zaměstnaneckém portálu.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Video-seriál je především určen pro interní zaměstnance ŠKODA AUTO, kteří ho mají možnost sledovat na intranetu ŠKODA AUTO. Dalšími cílovými skupinami jsou novináři, importéři, návštěvníci ŠKODA Muzea, zaměstnanci v zahraničí či dodavatelé, kteří mohou videa sledovat na českém a mezinárodním kanálu ŠKODA YouTube. Vídeje je možné dál sdílet na sociálních sítích a podělit se o ně s širší veřejností. Anglické titulky necháváme v otevřených datech, aby je mohli naši importéři překládat do lokálních jazyků. Interně vytvářený obsah tím dostal mezinárodní rozměr a daleko větší diváckou základnu. Pořad „Můj stroj“ nadchl jak vedení, které oceňuje propagaci moderních technologií ve firmě, tak zaměstnance, kteří se rádi podívají na své kolegy a mohou se dozvědět více o jejich práci. Proto si do rozhovorů vybíráme řadové zaměstnance, nikoli vedoucí pracovníky.

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Premiéra prvního dílu proběhla v květnu 2015 a setkala se s velmi pozitivním ohlasem. Ihned po jeho uveřejnění se nám ozvaly další útvary, že by také chtěly podobné video natočit o svých strojích. Na mnoho měsíců dopředu proto máme plán reportáží zaplněný. Na pořadu se podílí tříčlenný tým interní komunikace ve spolupráci s multimediálním oddělením ŠKODA Muzea (kamera + střih). Každé video má formu televizní reportáže, tedy se stopáží zhruba 1,5 až 3 minuty. Má svou vlastní znělku, voice over namluvený redaktorkou i stand up z místa. Dbáme na neotřelou formu průvodního slova, aby nepůsobilo strnule, naopak, aby vyvolalo zájem o reportáž. Každý díl obsahuje i rozhovor se zaměstnancem, který popisuje, jak se strojem pracuje. Video následně zavěšujeme na Intranet a český a mezinárodní YouTube kanál ŠKODA. Reportáže jsou tedy k dispozici i s anglickými titulky. Na nové vydání pořadu vždy upozorňujeme ve firemních novinách ŠKODA Mobil, v Týdeníku a na Zaměstnaneckém portálu. Tento pořad je unikátní svým komunikačním stylem i tím, že je produkován za nulové náklady. Díky velké oblibě mezi zaměstnanci a managementem jsme v lednu 2016 získali finance na profesionální zpracování seriálu v tomto roce.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Videoseriál se napříč celou společností těší velké oblibě. Průměrně jeden díl shlédne 3000 zaměstnanců na intranetu. Na českém YouTube pořad vidělo cca 12000 uživatelů, anglickou verzi pak 10000. Videoseriál prezentuje společnost ŠKODA AUTO jako moderní firmu využívající moderní technologie a inovativní stroje ve výrobě, logistice, kvalitě a dalších útvarech. Pro zpestření jsme jeden díl seriálu natočili s voice-overem moderátora z pořadu Autosalon na TV Prima.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#)