

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

ŠKODA Mobil jsou noviny pro zaměstnance automobilky ŠKODA AUTO, které vycházejí měsíčně v nákladu více než 31 000 výtisků. Novinový formát má ve firmě dlouhou tradici, přesto bylo třeba jej inovovat a uzpůsobit aktuálním požadavkům. V roce 2015 prošel ŠKODA Mobil rapidní proměnou. Začali jsme vydávat pravidelné přílohy na aktuální témata (za rok 2015 jsme vydali 10 speciálních příloh věnovaných důležitým událostem ve ŠKODA AUTO), zaměřili jsme se na strukturu rubrik, volbu témat, stylistiku a grafickou podobu novin, abychom zaměstnancům přinášeli informace atraktivní a čtivou formou a navýšili jsme počet výtisků o 3 500 ks. Dále se naše zaměstnance snažíme interaktivně zapojit do tvorby obsahu – připravujeme ankety na Zaměstnaneckém portálu, využíváme QR kódy a odkazujeme na sociálně sítě. Zároveň je od roku 2015 dostupná online verze ŠKODA Mobilu díky platformě iPaper, kterou nově využíváme. Ta umožňuje čtení ŠKODA Mobilu pomocí přenosných zařízení (tablet, telefon, notebook) po celém světě. Díky tomu nám přibyli čtenáři v Číně, Bulharsku, Itálii a mnoha dalších zemích. ŠKODA Mobil si zaslouží ocenění i proto, že ho tvoříme sami in-house v týmu 5 lidí!

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Proměna novin řešila především tyto problémy: nedostatečná distribuce, chladné přijetí informací zaměstnanci, neochota zaměstnanců přispívat do obsahu a renomé týmu Interní komunikace.

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

V roce 2014 jsme si nechali agenturou IPSOS zpracovat výzkum mezi čtenáři ŠKODA Mobilu, ze kterého vzešlo, že čtenáři postrádají zejména: současné trendy, pohled do budoucnosti, jasnou vizi společnosti – kdo jsme a kam směřujeme, informace z ostatních značek koncernu VW. Čtenáři pak hodnotili negativně články o: top managementu a úspěších ŠKODA AUTO, které nevnímali jako pravdivé a snižovaly důvěryhodnost interní komunikace. Kromě zmíněného výzkumu pravidelně sledujeme počet stažení online verze na Zaměstnaneckém portálu, návštěvnost iPaperu a také monitorujeme distribuci a množství výtisků ve stojanech.

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Nejprve jsme navýšili náklad na 31 250 výtisků a vytvořili nová distribuční místa. Dále jsme začali postupně nasazovat nové rubriky. V průběhu roku 2015 jsme přidali celkem 8 nových pravidelných rubrik: Koncernoví sourozenci, Portál, Abeceda inovací, Tehdy a teď, Slang, Co škodovák, to muzikant, Dealer ŠKODA AUTO, Perný den (obsah rubrik popsán v příložené prezentaci) a v lednu 2016 jsme doplnili další dvě – Po 100 dnech a SUV. Také forma jazyku použitá v novinách se zásadně změnila. Nyní je přívětivější pro běžné zaměstnance ve Výrobě. Ty se také snažíme více zapojovat do tvorby obsahu vydání, a to formou výzev na Zaměstnaneckém portálu (např. hledáme muzikanti, zajímavá hobby, majitele veteránů atd.) nebo anketami, jejichž výsledky zařazujeme do obsahu. V neposlední řadě jsme ŠKODA Mobil zpřístupnili uživatelům internetu. Online verze ŠKODA Mobilu je od září 2015 dostupná na platformě iPaper. Ta umožňuje čtení ŠKODA Mobilu pomocí přenosných zařízení po celém světě, a my získáváme cenná data o čtenářských návycích.

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

V průběhu roku jsme navýšili náklad na 31 250 výtisků a vytvořili nová distribuční místa, aby byl ŠKODA Mobil dostupný na hlavních „uzlech“ společnosti. Rovněž došlo k výměně starých stojanů za nové. Na novou podobu ŠKODA Mobilu získáváme pozitivních ohlasů nejen z firmy, ale i z koncernu. Poptávka o zařazení článků do redakčního plánu tak často převyšuje naše možnosti a zvažujeme navýšení počtu stran. Zaměstnancům se nejvíce líbí lifestyle rubriky a přílohy magazínového typu. Počet stažení i čteností ŠKODA Mobilu po vydání stále roste. V březnu jsme zaznamenali rekordní počet stažení únorového čísla na Zaměstnaneckém portálu, který dosahoval 7219 stažení (tj. 27,5 % všech zaměstnanců). Stojany na ŠKODA Mobilu jsou většinou po prvním týdnu od vydání prázdné. Chystáme další inovace novin, na červen plánujeme další průzkum spokojenosti, s novou podobou ŠM.

Přílohy:

[Příloha 1](#)