

PŘIHLÁŠKA do 14. ročníku soutěže**Projekt:**

Název projektu:

Employee Engagement

Koncept: původní

V případě udělení ocenění mám zájem o marketingovou prezentaci projektu v rámci dalších aktivit APRA (např. na konferenci PR SUMMIT): Ne

Projekt byl navržen a proveden pro:

ŠKODA AUTO a.s.

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

ŠKODA AUTO a.s.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Interní komunikace/Internal Communications

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie, pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Jiří Brynda

Funkce: Specialista Interní Komunikace

Firma/organizace: ŠKODA AUTO a.s.

Ulice: tř. Václava Klementa 869

Město: Mladá Boleslav

PSČ: 29301

Stát: Česká republika

Kontakt:

Telefon: 730 865 212

Fax:

E-mail: jiri.brynda@skoda-auto.cz

Seznámil/a jsem se s pravidly a souhlasím s nimi:

Podpis:

Datum:

Fakturační údaje:

Firma/organizace: ŠKODA AUTO a.s.

Ulice: tř. Václava Klementa 869

Město: Mladá Boleslav

PSČ: 29301

Stát: Česká republika

IČ: 00177041

DIČ: CZ00177041

Člen APRA: Ne

Partner soutěže: Ne

Nezisková organizace: Ne

Chci vstupenku na slavnostní večer:

Ne

Chci vstupenky na Workshop:

Ne

Podpis:

Stručné shrnutí projektu:

Zvyšování angažovanosti zaměstnanců, budování jejich aktivního vztahu ke značce, a ambassadorství - to jsou hlavní výzvy, kterým čelí Interní komunikace. Podporou interakce se proto zaměstnance snažíme zapojit do tvorby obsahu interních médií, a do dění v celé společnosti. Aktivací označujeme veškeré interaktivní výzvy, do kterých se zaměstnanci zapojují a spolupodílí se tím na utváření interní komunikace a firemní kultury.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Aktivaci uplatňujeme ve všech interních médiích, ale i v rámci eventů. Dlouhodobě tím cílíme na růst loajality, znalostí a důvěry zaměstnanců v interní média a kanály. Hlavní cílovou skupinou jsou všichni zaměstnanci ŠKODA AUTO. Zejména zaměstnanci z výrobní oblasti často nesdílí vize, cíle a hodnoty společnosti. Naším cílem proto je zapojit je tak, aby se cítili důležitou součástí společnosti. Komunikace se zaměstnanci, kteří se na obsahu interní komunikace podílí, znají její kanály a důvěřují jim, je výrazně snazší. Každý obsah se proto snažíme provázat s interakcí.

Strategie:

S aktivací pracujeme na denní bázi. Na intranetu publikujeme ankety, články s možností udělování hodnocení. Na základě zpětné vazby optimalizujeme skladbu obsahu a zařazujeme témata, která zaměstnance zajímají. V tištěných médiích publikujeme výzvy, díky kterým se zaměstnanci podílí na tvorbě obsahu interních médií. Natáčíme videa z provozů i jednoduché ankety mezi zaměstnanci. Roadshow po závodech nám umožňují osobní kontakt se zaměstnanci, který je pro nás velmi důležitý. Prostřednictvím průzkumů dokážeme reagovat a upravovat obsah médií tak, aby s ním zaměstnanci byli spokojeni.

Nástroje a aktivity

Příkladem aktivace jsou tradiční rubriky ve ŠKODA Mobilu. Zaměstnanci nominují své kolegy se zajímavými koníčky, nebo mohou poděkovat, či poblahopřát kolegům ve ŠKODA Mobilu. Mezi zaměstnanci je celá řada zapálených fotografů, pro které jsme vytvořili novou rubriku - Okem zrcadlovky. V interních médiích také vybíráme název pro nový koncept studentského vozu - během 14 dní jsme obdrželi návrhy od více než 500 zaměstnanců. Další velkou akcí jsou roadshow v závodech při uvedení nových modelů. Během několika dní se vždy více než 7 000 zaměstnanců seznámí s nejnovějšími modely ve stejný čas, kdy jsou představovány veřejnosti. Kromě nových modelů je připraven i bohatý doprovodný program - soutěže, kvízy, trenážery, aj. Zaměstnanci si mohou vytisknout fotky opatřené hashtagem, nebo je sdílet na sociální sítě. Na Roadshow vyvoláme průměrně přes 3 800 fotografií. Zaměstnance zapojujeme i do videoobsahu - v seriálu Můj stroj představují moderní stroje a inovativní technologie používané ve ŠKODA AUTO. Seriál se na intranetu i na YouTube těší velké oblibě, kde má celkově 94 928, respektive 80 123 zhlédnutí.

Výsledky:

Každoročně provádíme kvalitativní i kvantitativní výzkumy s cílem optimalizovat obsah i distribuci interních kanálů. Naši úspěšnost potvrzuje rostoucí spokojenost s interními médii, kterou sledujeme pomocí nástroje DASHBOARD.

Weblinky:

<https://vimeo.com/330028778>, <https://vimeo.com/330029218>