
PŘIHLÁŠKA do 15. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Amundiny

Projekt byl navržen a proveden pro:

Amundi CR

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Stance Communications

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Interní komunikace

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: Tereza Schneiderová

Firma/organizace: Stance Communications

Stručné shrnutí projektu:

Nejistota plynoucí z fúze společností Amundi CR a Pioneer Investments dovedla až 30 % jejich zaměstnanců k zvažování výpovědi. Obavy měli ze slučování týmů, stěhování do nové budovy i střetu dvou odlišných firemních kultur. Díky intenzivní interní komunikaci s využitím online i offline nástrojů se nám podařilo odvrátit problém, který mohl být pro firmu fatální. Část nástrojů se osvědčilo natolik, že je společnost využívá dodnes.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Amundi své působení na českém trhu rozšířila odkoupením Pioneer Investments v červenci 2017. Od ledna 2018 došlo k přípravě strategie interní komunikace na období dalších 2 let.

Akvizice v zaměstnancích vyvolala nejistotu, která vyústila v potenciální personální krizi. Podle interního průzkumu až 30 % zaměstnanců zvažovalo odchod. Mezi hlavní důvody patřily obavy ze slučování dvou dosud samostatně fungujících týmů, které by mohlo vést k hromadnému propouštění. Lidé byli navíc skeptičtí k bezproblémovému fungování dvou firemních kultur (italské a francouzské). Pochybnosti panovaly i ohledně stěhování na novou adresu, která pro obě firmy byla velkou neznámou. Všichni zaměstnanci byli zvyklí na dlouhodobé zázemí, kterého se museli vzdát.

Cílem projektu bylo primárně zabránit odchodu takového množství lidí. Sekundárním cílem pak bylo stmelit nové týmy a seznámit je s novou firemní kulturou.

Cílovou skupinou byli všichni zaměstnanci nově vzniklé skupiny se sídlem v pražském Karlíně.

Strategie:

Ještě před samotným stěhováním jsme zábavnou formou za pomoci offline i online nástrojů přiblížili lokalitu Invalidovny (dopravu, sportovní a kulturní vyžití), abychom u zaměstnanců odbourali stupňující se obavy. Důležitou součástí bylo představování toho, jak pokračuje stavba budovy a jejich budoucích benefitů. Zároveň jsme představovali jednotlivé sloučené týmy a seznamovali je s francouzskou kulturou.

Nástroje a aktivity

Zaměstnancům jsme představili nový informační zdroj v podobě plnohodnotných tištěných novin - Amundin. Zpočátku vycházely na měsíční bázi, později jsme zvolili variantu čtvrtletníku. Kromě byznysových zpráv a rozhovorů s kolegy měli možnost dočíst se také o mimopracovních aktivitách a pořádaných firemních akcích. Distribuce novin byla doprovázena rozdáváním tematických dárků (mikulášská nadílka, velikonoční překvapení, apod.).

Současně s novinami vznikla interní webová platforma vrustonce.cz, na které se zaměstnanci mohli týdně informovat o aktuálním dění uvnitř firmy a flexibilně na všechny změny reagovat. Nové články na webu byly doprovázeny pondělním newsletterem, který zdůrazňoval nejdůležitější zprávy týdne a vybízel k aktivnímu zapojení zaměstnanců.

Považovali jsme za významné, aby se zaměstnanci také dozvěděli o tom, jak nově vzniklou společnost vnímají média. Na týdenní bázi proto chodil speciální monitoring médií s výjimečnými výstupy.

Výsledky:

Díky připravené interní komunikaci k vlně odchodů nedošlo a fluktuace zaměstnanců nepřekročila dlouhodobý průměr. Webové stránky pak dále fungují jako živý komunikační kanál směrem k zaměstnancům.