

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

STADA proměňuje Walmark z rodinné firmy na mezinárodního hráče

Projekt byl navržen a proveden pro:

STADA PHARMA CZ

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

MSL Czech Republic

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.1 Firemní komunikace

Oborové kategorie:

II.6 Průmysl

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: Veronika Schieblová

Firma/organizace: MSL Czech Republic

Stručné shrnutí projektu:

Díky promyšlené komunikaci se nám podařilo uvést na trh novou a téměř neznámou značku STADA a zajistit komunikační pokrytí akvizice tradiční české společnosti Walmark. V rámci medializace jsme etablovali STADA jako důvěryhodného investora a partnera pro péči o zdraví spotřebitelů, oživilí úspěšný příběh Walmark a prezentovali plány a výhled investic do výrobního závodu v Třinci. Podařilo se také integrovat dvě odlišné firemní kultury fúzujících společností a nastartovat profilování CEO STADA.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

STADA oslovila agenturu MSL v době plánování akvizice českého výrobce doplňků stravy Walmark s požadavkem na zajištění komplexních služeb media relations, PA a interní komunikace. Cílem bylo medializovat připravovanou transakci a její dokončení. Dále navázání kontaktů s institucemi a doporučení pro interní komunikaci s cílem sjednotit firemní kultury. Dále event management a korporátní komunikace.

Strategie:

Prezentovat STADA jako důvěryhodného investora a partnera, který v ČR hodlá dlouhodobě podnikat, investovat a být dobrým zaměstnavatelem, jakož i výhled investic do výrobního závodu v Třinci.

Nástroje a aktivity

MSL součástí interního týmu STADA pro přípravu - průběžné konzultace řešení pro interní a externí komunikaci transakce.

K oznámení o budoucí akvizici i o akvizici samotné, několik verzí tiskové zprávy o záměru STADA koupit společnost Walmark, v druhé fázi a uskutečněném prodeji s cílením na zpravodajská, ekonomická a finanční, zdravotnická a místní média.

Setkání s klíčovými redaktory, vysvětlení příběhu společnosti STADA a celého záměru akvizice.

Uspořádání setkání všech zaměstnanců STADA a Walmark v Praze a Třinci - osobní seznámení zaměstnanců obou firem, představení záměrů vedení firmy. Součástí obou akcí bylo také setkání s médii.

Rozhovory s českým managementem STADA v předních českých ekonomických a zdravotnických médiích. Strategie pro management profilování na sociálních sítích.

Průběžná podpora STADA v oblasti interní komunikace. Texty e-mailů zaměstnancům, doporučení k využití LinkedIn pro interní komunikaci v regionu CEE, texty a grafiku pro interní noviny.

Kvůli Covid-19 celá integrace obou společností probíhala bez možnosti se osobně potkávat. Opakované zajištění on-line streamů interních setkání.

Analýza všech relevantních aktérů v ČR. Podklady a messaging pro jednání s vytipovanými představiteli a doporučení pro rozvojové aktivity na Třinecku.

Výsledky:

Mediální pokrytí se podařilo ve většině relevantních titulů. Vzniklo více než 90 mediálních výstupů, 100 % pozitivních. Podařilo se úspěšně odkomunikovat akvizici tradiční domácí značky novým majitelem a přispět k jeho etablování na domácím trhu.

Interní komunikace podpořila rychlé zvládnutí integrace obou společností. V současné době STADA funguje na českém trhu jako jedna společnost.

Public Affairs přispělo k ustavení pozice STADA jako důvěryhodného investora, zaměstnavatele a podporovatele regionu. Navázali jsme kontakty s relevantními institucemi státní správy a samosprávy.