

---

## PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Interní magazín NEON

Projekt byl navržen a proveden pro:

E.ON

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Boomerang Communication

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - časopisy

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: Jana Pouzarová

Firma/organizace: E.ON Česká republika

#### Stručné shrnutí projektu:

Interní magazín NEON vychází, aby každý z našich 3 500 kolegů věděl, proč je pro E.ON důležitý právě on nebo ona. Propojit jedním médiem montéry, obchodníky, IT specialisty, kreativce nebo lidi z poboček není jednoduchý úkol. Zvlášť pokud je chcete nejen informovat, ale i zaujmout a pobavit. Pozitivní ohlasy od čtenářů ukazují, že se to daří. Moderní a čtivý magazín vychází 4x ročně v tištěné i elektronické verzi a buduje kolem sebe komunitu ze zaměstnanců, ale i jejich rodin a přátel.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zaměstnanecký časopis existoval v E.ONu dlouhé roky, ale zaspal dobu. Starý typicky korporátní časopis jsme proto nahradili lifestyleovým magazínem s novým názvem NEON. Cílem bylo vytvořit moderní tištěné médium s propracovaným designem, které vtáhne každého zaměstnance. Cílová skupina je velmi široká, E.ON má zaměstnance v pěti krajích na všech myslitelných pozicích – od montérů po manažery. Oslovit je všechny jedním magazínem je výzva. V této podobě magazín úspěšně vychází dva roky.

#### Strategie:

Magazín posiluje zaměstnaneckou loajalitu tím, že o své čtenáře pečuje kvalitním obsahem. Pro každého kolegu se tiskne jedno vydání, které na něj každé tři měsíce čeká na stole. Na intranetu najdou zaměstnanci i elektronickou verzi časopisu.

Do magazínu vybíráme komplexní témata, kterým tu můžeme věnovat adekvátní prostor. Představujeme kolegy – jejich práci, týmy nebo koníčky. Rozhovor a rubrika 24 hodin s kolegou jsou podle průzkumu nejoblíbenějšími stránkami v časopise. Nechceme jen informovat, ale i vysvětlovat nebo pobavit, proto se věnujeme i lifestyleovým tématům. NEON intenzivně pomáhá budovat a měnit firemní kulturu a posiluje firemní hodnoty, které vyznáváme.

V létě loňského roku jsme představili speciální číslo věnované hrdinům koronavirové krize z E.ONu.

#### Nástroje a aktivity

NEON je u čtenářů populární taky díky hravým přílohám, které jsou součástí každého vydání a pomáhají časopis rozšířit i do rodin zaměstnanců. Kolegové oceňují třeba pexeso nebo visačky na vánoční dárky, pokaždé s motivy našeho interního maskota udržitelosti – ovce Bedříšky. Magazín odráží zelenou politiku firmy nejen obsahem. Tiskne se totiž na certifikovaný ekologický papír. Z firemního vizuálního stylu jsme si vzali vertikální pruhy a E.ONské barvy a volně s nimi pracujeme v moderní grafické podobě časopisu. Důležitou součástí procesu je i distribuce, kdy musíme obsáhnout oblasti od Šumavy po Zlín.

#### Výsledky:

Moderní časopis nabitý zábavou, inspirací a informacemi si zaměstnanci E.ONu zamilovali. Svědčí o tom zpětná vazba na intranetu i výsledky zaměstnaneckého průzkumu, podle kterého NEON čte přes 90 % dotázaných zaměstnanců. 20 % respondentů se svěřilo, že NEON nosí domů pro své blízké. Průzkum říká, že si o NEONu zaměstnanci myslí, že je šmrncovní, má nadčasový design a přináší jim obsah, který je zajímavý. Nejvíce oceňují, že v něm můžou najít sebe i své kolegy, a být tak součástí celku a být na svoji práci pyšní.