
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Do Tesca zavítal Integrity Hero!

Projekt byl navržen a proveden pro:

Tesco Stores

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Tesco Stores

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: Jiří Netík

Firma/organizace: Tesco Stores ČR a.s.

Stručné shrnutí projektu:

Etický kodex je nutným dokumentem, bez kterého se firmy neobejdou. Naším cílem bylo ukázat kolegům, že nutný dokument neznamená nudný. Na 5 příbězích Integrity Hero jsme kolegům demonstrovali situace, které se mohou v pracovním životě stát a náš hrdina je navedl tím správným směrem, aby se hlavní aktéři příběhu zachovali přesně tak, jak jim Etický kodex doporučuje. Kampaň tedy měla výrazný edukativní charakter. Příběhy i ilustrace vznikly s minimálním rozpočtem.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem kampaně bylo připravit zaměstnance Tesco na sérii každoročních povinných školení týkajících se Etického kodexu a tématu Compliance. Tím, že se jedná o sérii propracovaných školení, která trvají v průměru 30 minut každé, potřebovali jsme připravit edukativní a zábavný úvod do legislativních témat, která nemusí na kolegy působit atraktivně. Formou zábavných příběhů jsme proto ukázali, že i na první pohled náročná právní hantýrka nemusí být tak komplikovaná, pokud ji zasadíte do reálných příběhů a každodenních situací. Cílovou skupinu tvořili všichni zaměstnanci Tesco v České republice, na Slovensku a v Maďarsku.

Strategie:

Na příbězích s Integrity Hero jsme ukázali, že každý z nás se může dostat do složité pracovní situace, a i když na první pohled je východisko v nedohlednu, díky jasným a srozumitelně zpracovaným postupům v Etickém kodexu může být řešení velmi snadné. Zaměstnancům jsme chtěli ukázat, že nikdy není důvod k obavám, ostychu a strachu z reakce okolí, ale naopak jsme jim chtěli prokázat, že pokud budou ve složitých situacích upřímní, otevření a nebudou se bát požádat o pomoc, Tesco jim nabídne snadné a rychlé řešení i mnohdy složitě vypadajících situací. Proto jsme zvolili příběhy Integrity Hero jako průvodce různými zapeklitými situacemi, abychom nabídli potřebný nadhled a ukázali správný směr v nastavených firemních postupech a procesech.

Nástroje a aktivity

Celou kampaň jsme postavili na 5 příbězích s Integrity Hero. Každý příběh představil jedno konkrétní téma, tedy soutěžní právo, střet zájmů, protikorupční opatření, ochranu soukromí a linku ochrany zájmů. Krátké povídky s vlastními ilustracemi jsme umístili na stránky pro zaměstnance mojetesco.cz a doprovodné aktivity/promo článků jsme realizovali prostřednictvím týdenních newsletterů, direct mailů, bannerů na homepage a digitálních nástěnek.

Výsledky:

Celá kampaň byla kolegy velmi pozitivně vnímána, protože ji považovali za kreativní, velmi názornou, edukativní a dokonce odvážnou, protože jsme otevřeli i náročná témata, o kterých jsme se nebáli otevřeně hovořit. Názorné situace v příbězích s Integrity Hero pomohly kolegům zvládnout e-learningové moduly, ve kterých se získané znalosti poměrně intenzivně ověřují řadou testů, které jsou v nich obsaženy. Díky kampani nebylo nutné rozesílat reminder vyzývající k povinnosti splnit si povinná školení, kampaň zajistila 87% účast. Naší ambicí je i v letošním roce na tuto kampaň navázat, představit další příběhy a udělat z Integrity Hero stálého člena Tesco, který je připraven vždy poradit a pomoci.