
PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Jeden za všechny, všichni za jednoho

Projekt byl navržen a proveden pro:

Nadace Tipsport

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Nadace Tipsport

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: Lucia Štefánková

Firma/organizace: Nadace Tipsport

Stručné shrnutí projektu:

Zaměstnanecský solidární fond na pomoc kolegům v těžkých životních situacích fungoval už několik let. Zaměstnanci do něj měli přispívat z výplaty, Tipsport jejich příspěvky ztrojnásoboval. Málokdo to ale dělal, zapojilo se asi třicet pět lidí. Rozhodli jsme se fond zpropagovat originální interní kampaní s tematikou tří mušketýrů. Po týden trvající akci narostl počet přispívajících zaměstnanců více než pětinašobně. Zcela jsme zlomili nedůvěru pramenící z nedostatku informací i lhostejnosti.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Kampaň „Jeden za všechny, všichni za jednoho!“ měla za primární cíl nárůst počtu pravidelných přispěvatelů. Zároveň měla zvýšit povědomí o Zaměstnanecském solidárním fondu (ZSF), zlepšit jeho image, posílit tím firemní kulturu Tipsportu a zvýšit počet žadatelů o příspěvek. Projekt cílil na všechny zaměstnance.

ZSF jsme založili v r. 2017. Fond shromažďuje dobrovolné příspěvky zaměstnanců a pomáhá kolegům zvládnout těžká období spojená např. s onkologickým onemocněním, úmrtím blízké osoby, nebo při živelní katastrofě. Na pomoc jde 100 % všech Tipsportem ztrojnásobených vkladů.

Strategie:

Podporujeme kolegy v hraničních životních situacích, ale nechceme být patetičtí. Kontaktní kampaň byla laděna optimisticky a zaměřila se na sounáležitost, vzájemnou pomoc a předpoklad, že spolu zvládneme víc. Využili jsme období v září 2021, kdy se zaměstnanci vrátili po covidové pauze do kanceláří. V rámci jednoho týdne jsme ve vstupních prostorách tří hlavních budov udělali eventy s info stolky a prasátky, do kterých zaměstnanci házeli kontaktní e-mailové adresy s částkou, kterou chtějí přispívat. U stolků s koláčky se vystřídalo za 4 dny 26 kolegů, kteří pořadatelům pomáhali s osvětou. Novým přispěvatelům rozdávali odznaky ve tvaru srdíčka. Hlavní kampaň trvala celé září, event „Dny solidarity“ s infostánky jeden zářiový týden.

Nástroje a aktivity

V budovách Tipsportu jsme rozmístili velkoplošné plakáty, roll-upy a balónky se sloganem „Jeden za všechny, všichni za jednoho!“ a vizuálem s třemi mušketýry. Na recepcích budov jsme uspořádali čtyřdenní kontaktní event, na kterém informace poskytovali zaměstnanci – dobrovolníci v mušketýrských kloboucích. Prasátka i srdíčka byly vyrobeny 3D tiskem z eko plastu. Uspořádali jsme meet-up s pizzou a prezentací fondu. On-site aktivity doprovázela kampaň na intranetu. Kontinuálně jsme informovali o fondu a anonymně zveřejňovali příběhy kolegů, kterým jsme už pomohli. Pět měsíců po kampani jsme udělali soutěžní kvíz o ZSF k Valentýnu. Výhrou byly vstupenky na muzikál Tři mušketýři.

Výsledky:

Fenomenální výsledky kampaně nás motivovaly pro podání přihlášky do Lemura: v polovině r. 2021 přispívalo na pomoc kolegům 35 zaměstnanců. Už během prvních dvou dnů eventu se nám podařilo ztrojnásobit počet „mušketýrů“ a bylo nás 100. Do konce roku se počet přispěvatelů narostl o 531 % na 186. Také se nám podařilo ztrojnásobit počet žadatelů o příspěvek. Nárůst v příspěvcích nám zároveň umožnil zvýšit referenční částku pomoci na 100 000 korun.

Weblinky:

<https://www.nadacetipsport.cz/zsf-info-pro-zamestnance/>