

---

## PŘIHLÁŠKA do 17. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

firemní interní časopis DRIVE

Projekt byl navržen a proveden pro:

DPD

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Direct Parcel Distribution CZ s.r.o.

### Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.3 Firemní publikace - brožury, bulletiny, newslettery

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: Olga Čaplyginová

Firma/organizace: DPD

**Stručné shrnutí projektu:**

Interní časopis DRIVE společnosti DPD je magazín "srdcařů dépédáků" vytvářený zaměstnanci pro zaměstnance. Je organickou součástí naší firemní kultury a vyvíjí se stejně dynamicky jako dění v DPD. Zachycuje každodenní firemní život, proměny oddělení, projekty, které nás posouvají vpřed, a funguje i jako archiv akcí a společenských událostí ve firmě. Jsme prostě rádi, že máme stále DRIVE.

**Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:**

Časopis DRIVE se snaží být nejen užitečným pomocníkem v orientaci firemních událostí, ale také příjemným společníkem pro chvíle odpočinku. Má přesah i do oblasti CSR (informuje o celkové strategii firmy, ale i dílčích projektech samotných zaměstnanců a inspiruje ostatní) a zařazuje také rubriky o zdraví či životním stylu. V každém čísle také blíže představujeme jednoho i více zaměstnanců, což je jistou formou benefitu (osobní i profesní promo a profi fotografie), a přispívá tak rovněž k zaměstnanecké angažovanosti. Cílovou skupinou jsou všichni zaměstnanci DPD napříč odděleními a cílem je podpora týmů i projektů, rozvíjení a šíření přátelské a neformální firemní kultury, v uplynulém roce také integrace a sladění firemní kultury.

**Strategie:**

Časopis je vydáván zpravidla třikrát do roka. Tím, že monitoruje a reflektuje dění firmy a slouží také jako jakýsi archiv událostí a vývoje společnosti, je důležitým interním komunikačním kanálem pro celou firmu. Cílem je podpora týmů i projektů, rozvíjení a šíření přátelské a neformální firemní kultury. Vydáván je online i v tištěné podobě, čímž zajišťuje informovanost zaměstnanců napříč celou firmou, tedy i těch, kteří jsou offline (typicky zaměstnanci provozu, skladu). Součástí distribuce je i osobní a přátelské předání všem zaměstnancům na všech pracovištích z rukou vedoucích pracovníků či přímo generálního ředitele.

**Nástroje a aktivity**

Obsah jednotlivých čísel navrhuje a schvaluje redakční rada složená z řadových zaměstnanců - zástupců jednotlivých oddělení, kteří zajišťují, že se do časopisu dostanou relevantní informace z opravdu všech klíčových oddělení firmy. Následuje příprava článků, u nichž se snažíme o žánrovou pestrost (reportáže, sloupky, zprávy, rozhovory, ankety atd.), poté jazyková redakce a korektura, pořizování obrazového materiálu a fotografií a následně grafické zpracování a odeslání do tisku. Kromě grafika a tiskárny nespolupracujeme s žádnou externí kreativní nebo reklamní agenturou ani dodavatelem a vše si vytváříme tzv. "in house".

**Výsledky:**

V předloňském roce akvírovala naše společnost konkurenční firmu, a procházeli jsme tak náročným obdobím a procesem integrace obou společností. I v této situaci se časopis osvědčil jako jeden z důležitých sjednocujících komunikačních kanálů a pomocníků ve spojování firemních kultur.

**Weblinky:**

<https://brandcenter.dpdgroup.com/transfer/b0a5f3ffed67d25a39af5fe33ea4b1d4549cb06aba818644ad12412247312926>