

---

## PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

Téčko – první časopis zaměstnanců skupiny TTC

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

### Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Next Communication a skupina TTC

### Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - periodické

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: Hana Novotná

Firma/organizace: Skupina TTC

**Stručné shrnutí projektu:**

30 společností, 6 měst v ČR a na SK, 400 zaměstnanců – to je investiční skupina TTC. Díky akviziční činnosti se velmi rychle rozrůstá, ale zároveň jí chyběla komunikační platforma, která by umožnila sdílet informace a hodnoty napříč všemi společnostmi a se všemi zaměstnanci. Proto jsme začali vydávat zaměstnanecký časopis Těčko. Po prvním roce jeho existence interní průzkum potvrdil, že Těčko je vítaným zdrojem informací – téměř 90 % respondentů v něm uvedlo, že jsou rádi, že časopis vychází a považují jej za přínosný.

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

Základní portfolio skupiny TTC tvoří firmy, které dodávají řešení pro energetiku, dopravu či bezpečnost. Vedle vývoje HW a SW máme ve skupině i datová centra, výrobní závody, část skupiny tvoří oblast real estate. Jedná se tedy o velmi rozmanitou skupinu zaměstnanců: jsou to manažeři a administrativa, ale také IT vývojáři a různí specialisté a vedle nich i operátoři ve výrobních provozech s omezeným přístupem k internetu. Navíc nejen různých profesí, ale i vzdělání a věku. Cílem tak bylo vytvořit jednotnou komunikační platformu, která by atraktivní formou přinášela informace o dění v celé skupině TTC. Primární cílovou skupinou jsou všichni zaměstnanci skupiny, sekundární pak jejich širší rodiny, dále firemní návštěvy, zákazníci, uchazeči o zaměstnání.

**Strategie:**

Skrze časopis posílit sounáležitost zaměstnanců ke skupině TTC a hrdost na to, co děláme.

Představit zaměstnancům jednotlivé společnosti skupiny, co dělají, jací lidé v nich pracují a jaké projekty realizujeme.

Přiblížit zájmy a koníčky kolegů a inspirovat ostatní.

Aktivně zapojit do přípravy samotné zaměstnance a budovat síť ambasadorů časopisu.

I při vědomí, že časopis je standardní komunikační kanál, vyhodnotili jsme jej jako nejužitečnější pro náš cíl.

**Nástroje a aktivity:**

- Prosazení záměru vydávat zaměstnanecký časopis – vzhledem k tomu, že šlo o novinku, bylo pro něj třeba získat vedení a pak i zaměstnance samotné; hned první číslo tak dalo jasnou představu, jaký komunikační kanál Těčko přináší
- Vytvoření struktury s pravidelnými rubrikami
- Redakční rada: cca 20 osob, zástupci všech klíčových společností ve skupině
- Formát a periodičita: 4x ročně, primárně tištěná verze, doplňkově elektronicky
- Distribuce: přímo na pracovní místa zaměstnanců + intranet/e-mail, recepce, zasedačky, uvítací balíčky pro nové zaměstnance
- Interní komunikační kampaň k Těčku (teaser, plakáty, letáky, bannery, intranet, e-mailová komunikace)

**Výsledky:**

To, že Těčko plní svoji roli, jsme si po prvním roce ověřili interním průzkumem (návratnost cca 20 %). V něm téměř 90 % respondentů uvedlo, že jsou rádi, že časopis vychází, považují ho za přínosný. Celkově je Těčko hodnoceno pozitivně, kolegové jej vnímají jako přínosné, líbí se obsah i grafika (průměrná známka u těchto parametrů byla pod 2). Téměř 50 % respondentů tištěný časopis sdílí s rodinou a přáteli. Průzkum potvrdil zájem o firemní informace: mezi nejčtenější rubriky patří články o firmách, pracovní výročí a strategické okénko.