
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Dackeeth10n

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Ackee, s. r. o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

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: Lucie Tajzlerová

Firma/organizace: Ackee

Stručné shrnutí projektu:

Jak oslavit 10. narozeniny a posílit firemní kulturu ve firmě, kde většinu zaměstnanců tvoří zhýčkaní aйтáci? Vývojářská agentura Ackee našla způsob, jak uspokojit své vývojáře, designery i testery firemní akcí, na kterou budou vzpomínat ještě dlouho. V rámci kampaně k 10. výročí svého založení uspořádala tzv. Dackeeth10n [dekýtlon], firemní "desetiboj" v podobě 10 různých eventů během jediného víkendu. Akce připomněla zásadní milníky v historii firmy, posílila týmového ducha a propojila mezi sebou lidi napříč týmy.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Úkol zněl jasně: Vymyslet netradiční způsob, jak oslavit 10. narozeniny a ještě víc posílit firemní kulturu Ackee, kde eventy patří mezi základní pilíře. Akce měla reflektovat firemní hodnoty a oslovit rozmanitou cílovou skupinu vývojářů, designerů, projekt. manažerů, testerů a dalších technických i netechnických zaměstnanců. Ty spojuje tzv. Ackee spirit, ale rozdělují různé zájmy, osobní preference, rodinná situace, denní harmonogram a další faktory komplikující hromadné setkávání. Cílem proto bylo udělat inkluzivní akci, která bude něčím atraktivní pro každého, utuží týmového ducha a spojí i ty, kteří se ve firmě běžně nepotkávají.

Strategie:

Úkolem organizačního týmu byl design projektu, interní komunikace i realizace samotného eventu. To vyžadovalo sestavit harmonogram, naplánovat logistiku eventů a obsah pro jednotlivé akce, vytvořit vizuální identitu a mobilní aplikaci, představit koncept cílové skupině a motivovat ji k účasti: Základ desetiboje tvořilo 10 různých eventů navázaných na historii firmy, se kterými se lidé postupně seznamovali skrze interní komunikační kanály Ackee. Ostrá kampaň odstartovala symbolických 10. týdnů před akcí jejím vyhlášením a pokračovala sérií pravidelných promo příspěvků. Ty prozrazovaly víc k dílčím akcím, podněcovaly k diskuzi i účasti a vyvrcholily odhalením celého programu a launchem aplikace, která se stala oficiálním průvodcem eventem.

Nástroje a aktivity:

Persony účastníků a možné scénáře, úvodní lightning talk k eventu, série promo příspěvků v celofiremním kanálu na Slacku, WOM, digitální průvodce eventem v podobě mobilní aplikace, dedikovaný kanál pro komunikaci účastníků a sdílení zážitků, gamifikace ve formě sbírání bodů za účast na akcích, speciální designový merch pro účastníky a nejuspěšnější desetibojaře, slavnostní vyhlášení a ocenění "vítězů" čestnou nášivkou za největší Ackee spirit, digitální fotogalerie momentek a analogová wall of fame, reportáž na blogu a závěrečné showreel video shrnující 10 let života (v) Ackee.

Výsledky:

V rámci eventu proběhlo 10 různých akcí na 9 různých místech, kterých se zúčastnilo 95 % zaměstnanců ze všech týmů v Ackee (design, Android, iOS, frontend, backend, DevOps, QA, P&C, marketing, management) a jejich hosté. Kampaň na Slacku získala stovky reakcí od zaměstnanců, které byly 100% pozitivní. 100 % dotázaných by také doporučilo Ackee svým známým. Ačkoli sociální sítě nebyly cílem kampaně, obsah zveřejněný po akci měl historicky nejvyšší míru projeveného zájmu na FB a míru aktivity na LI Ackee.

Weblinky:

<https://www.ackee.cz/blog/dackeeth10n-ackee-slavi-10-let>, <https://www.youtube.com/watch?v=4mhOB1IT-VQ>