
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Newsletter Moje Tesco

Projekt byl navržen a proveden pro:
původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Interní komunikační tým Tesco

Přihlašujeme do:

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: Šárka Kiršnerová

Firma/organizace: Creative ADison s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Newsletter Moje Tesco je doplňkovým online nástrojem zaměstnaneckého webu Moje Tesco, který slouží ke každodennímu zajištění informovanosti zaměstnanců Tesco v České republice. Je vydáván každý pátek a shrnuje ty nejdůležitější novinky, které se v týdnu udály. Je cenným nástrojem pro zvýšení informovanosti zaměstnanců i zvýšení jejich zapojení do připravovaných aktivit. Registrace odběru novinek v podobě newsletteru probíhá přímo na webových stránkách Moje Tesco, kde je registrační formulář umístěn na home page.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu je zajištění informovanosti zaměstnanců Tesco, kteří nenavštěvují stránky Moje Tesco každý den. Zároveň s jeho pomocí chceme zvýšit zapojení kolegů do našich interních aktivit a přivést je na stránky Moje Tesco, kde toho najdou ještě více. Cílovou skupinu tvoří všichni zaměstnanci Tesco, kteří jsou registrováni k jeho odběru. Hovoříme tedy jak o zaměstnancích centrální kanceláře, distribučního centra a všech 189 provozoven Tesco v České republice.

Strategie:

Newsletter obsahuje ty nejdůležitější novinky za končící týden. Je to z důvodu, aby byla zajištěna jeho atraktivnost a každý zaměstnanec měl jistotu, že když si ho přečte, má bohatý přehled o nejdůležitějším dění ve firmě. Abychom zajistili povědomí o newsletteru, při každém vstupním školení nováčků jsou jim představeny nástroje interní komunikace s důrazem na webové stránky Moje Tesco a stejnojmenný newsletter. Nováčkům je ukázáno, kde se lze k odběru newsletteru registrovat a je jim důkladně představen. Sami zaměstnanci aktivně zasílají podněty a obsah, který chtějí formou newsletteru rozeslat, aby informovali o svých pracovních aktivitách ostatní kolegyně a kolegy.

Nástroje a aktivity:

Technické zajištění rozesílky newsletteru je řešeno přes platformu MailChimp. Stejně tak grafika je tvořena prostřednictvím jednoduché šablony ve stejné aplikaci. Vychází z grafiky webových stránek Moje Tesco a dodržuje základní korporátní barevnou škálu. Každý článek obsahuje ilustrativní obrázek, fotografii či infografiku, která byla použita na webu, abychom dodržovali jednotnou grafickou linku. Obsah newsletteru tvoří odkazy na články, které jsou umístěné na webu Moje Tesco. Hlavní článek (nejdůležitější novinka) je zcela nahoře a je nejvýraznější, následují byznysové zprávy, CSR novinky, lifestyleový obsah, soutěže a sezónní novinky. Jako poslední článek je vždy uveden odkaz na aktuální letáky, slevové katalogy a promo akce, abychom pomohli ochránit našim zaměstnancům rodinné rozpočty v náročném ekonomickém období.

Výsledky:

Aktuálně newsletter odebírá 2555 kolegů, tedy přibližně třetina, a čtenost dosahuje až 26 % s mírou prokliku až 17,5 %. Výborně newsletter funguje jako nástroj pro zvýšení engagementu kolegů. Je to patrné zejména při spouštění různých zaměstnaneckých soutěží, kdy odesláním newsletteru skokově narůstá počet soutěžících. V poslední době se newsletter osvědčil také v zajišťování informovanosti o sezónních marketingových kampaních pro zákazníky, např. Vánoce, Velikonoce, BBQ atd.