
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Opravdové kouzlo Vánoc – po úspěšném roce jsou tu opět

Vánoce

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Coca-Cola HBC Česko a Slovensko

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: Václav Koukolíček

Firma/organizace: Coca-Cola HBC Česko a Slovensko

Stručné shrnutí projektu:

Zpomalil na jeden předvánoční týden firmu, která má v tomto čase hlavní sezonu se zdálo nemyslitelné. Nakonec se to podařilo, před centrálou v pražských Kyjích vyrostlo působivé vánoční městečko. Celý event navíc propojovala řada dalších nejen dobročinných aktivit. Vznikla tak nová tradice s cílem zpomalit firmu a vytvářet příležitosti pro tolik důležitý lidský kontakt v rychlém FMCG podnikání.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Vánoční trhy jako nástroj lidské interakce v rychlém FMCG prostředí a postcovid novém normálu. Jednoduše-cílené zpomalení firmy na konci roku. Do týdenního programu se podařilo zakomponovat aktivity, které byly vystavěné na identitě našich značek (Coca-Cola, Cappy Hot, Fuzetea, mixabilitě) nealko a alko nápojů i kávy. Akci jsme propojili s koncepty udržitelnosti, spolupracovali jsme partnery z řad lokálních komunit a nezisků-MČ Praha 14, Pražská potravinová banka, Střední hotelová škola v Říčanech. Aktivně se do programu zapojily všechny složky firmy-z adminu, sales až po lidi z výroby. Jednou z hodnot, kterou v CCHBC vyznáváme, je umět se ocenit a oslavit společně úspěch. Cílovou skupinou této kampaně byli zaměstnanci naší firmy, jejich rodiny a lokální komunity ze sousedství (Praha 14, partnerské neziskové organizace, partnerská střední škola). V průběhu vánočního týdne navštívilo naše vánoční městečko a další doprovodné eventy více než 2 500 návštěvníků a z toho bylo více jak 70 % zaměstnanců naší firmy.

Strategie:

Hlavním záměrem celé kampaně byla oslava úspěšného roku. Vánoční sezona je klíčovou částí obchodního roku a běžně se proto nekonají vánoční večírky. Tímto způsobem jsme chtěli oslavit uplynulý úspěšný rok, který byl ale zároveň velmi náročný na řadu změn. V průběhu tohoto týdne jsme cíleně zpomalili firmu před Vánoci a vytvářeli jsme příležitosti a příležitosti pro jednotlivce i týmu k setkávání v neformální prostředí, tzn. sejit se s kamarády u svařáku a dobrého jídla a poděkovat si navzájem za vše dobré, co v průběhu roku vytvořili a dokázali.

Nástroje a aktivity:

V podání firmy se jednalo o unikátní týdenní event od 12. do 16. prosince. Jak už svým načasováním, místem realizace, tak i délkou. To vše neslo značné nároky a musela být splněna celá řada podmínek pro hladký průběh.

Event skvěle propojil naše partnery lokálních komunit a umožnil jim aktivně participovat na akci samotné. Studenti partnerské střední školy služeb absolvovali kromě přítomnosti na vánočních trzích i vzdělávací týden a sérii workshopů, aktivně se zapojili do organizace vánočních trhů i do sbírky pro Světlušku přímo na akci. Studenti přinesli na naše trhy mladou krev.

Výsledky:

Celkový budget kampaně: 320 000 Kč

V průběhu týdne navštívilo naše vánoční městečko a další doprovodné eventy více než 2 500 lidí.

Během vánočních trhů, charitativní dražby a další doprovodného vánočního programu se podařilo vybrat 135 000 Kč na dobročinné účely.

Podpora Sběrky Světluška - více jak 20 000 Kč

Podpora potravinové banky - více jak 80 000 Kč