
PŘIHLÁŠKA do 18. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Koncept interního brandu „my“ pro skupinu PHOENIX group v

ČR

Projekt byl navržen a proveden pro:

původní

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Corporate Publishing s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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 Bohatý

Firma/organizace: Corporate Publishing s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Naším cílem bylo vytvořit koncept interní komunikace pro skupinu PHOENIX group v České republice, do které patří síť lékáren BENU. Skupina se v posledních letech výrazně rozrostla a s touto expanzí vznikla i potřeba jednotné interní komunikace.

Na základě této potřeby vznikl jednotný interní brand my, díky kterému jsme komunikaci společností Phoenix a BENU propojili a dali zaměstnancům obou značek najevo, že bez jejich společné práce by to nešlo.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Už před covidem PHOENIX a BENU expandovaly, pandemie to ještě podpořila. Vznikla potřeba pracovat s tím, že jde o jednu skupinu. Propojování začalo postupně, ale chyběl koncept, který by to celé zastřešil. Zní to jednoduše, ale jedna komunikace musí zahrnout několik různých cílových skupin – od pracovníků ve skladech až po lékárníky. Navíc PHOENIX spolu s BENU nepatří mezi malé společnosti, dohromady v obou firmách pracují zhruba 3000 zaměstnanců. Cílem bylo, aby všechno klapalo hladce a každý dostal právě ty informace, které pro svou práci potřebuje. Klient chtěl, aby interní komunikace nepůsobila hierarchicky a direktivně – chtěl, aby komunikace respektovala téměř rodinnou atmosféru, na které si v obou firmách zakládají, měla povzbuzovat pocit, že jsou všichni na jedné lodi.

Strategie:

Vycházeli jsme z toho, že spolu lidé v práci tráví spoustu času. Neustále se potkávají, a i přes rychlý rozvoj celé skupiny PHOENIX a BENU k sobě mají velmi blízko. Proto jsme vsadili na zastřešující interní značku my. To plní požadavek klienta na neformální způsob interní komunikace, a navíc ručně psané my odkazuje na to, co lidé v BENU a PHOENIXu spojuje – skladníci vlastnoručně připravují léky pro lékárníky, ti je pak předávají do rukou pacientů. Ruční písmo taky evokuje člověka, který je ve filozofii obou značek na prvním místě. Ruční písmo tak ve spojení s lehce hravými texty a smajlíky umožňuje využití nadsázky v různých komunikačních situacích v rámci interní komunikace. Díky tomu můžeme i do zdánlivě nudných složek firemních sdělení o obyčejných pracovních věcech vnést velký kus života.

Nástroje a aktivity:

Do celé skupiny nyní míří velká spousta informací – pečlivě roztříděných a důkladně zpracovaných v on-line i offline formátech (komunikujeme jak s administrativním zázemím, tak i se skladníky a lékárníky přímo na jejich pracovištích).

Výsledky:

Společně s klientem se nám podařilo vybudovat ucelenou interní komunikaci – funkční a transparentní. Vtáhli jsme zaměstnance do dění ve skupině, díky pravidelným informacím prostřednictvím správných kanálů jsme zvýšili jejich loajalitu a snížili fluktuaci. Vše jsme nasměřovali k tomu, aby zaměstnanci věděli, že na nich záleží a že s nimi vždy komunikujeme na rovinu.

Weblinky: