
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

GO!

Klient:

ORLEN Unipetrol a.s.

Agentura / Přihlašovatel:

Business Media CZ

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Sabina Bařinová

Firma/organizace: Business Media CZ

Stručné shrnutí projektu:

GO! je zaměstnanecký časopis rafinérské a petrochemické společnosti ORLEN Unipetrol, součásti polské nadnárodní skupiny ORLEN. Vychází desetkrát ročně a je klíčovým nástrojem pro interní komunikaci. Zaměstnancům přináší informace o firemních plánech, investicích, výrobě, obchodu, výzkumu i vývoji, a nadto také volnočasová témata. Kromě tištěné verze časopis vychází i elektronická varianta, která je dostupná také v anglické verzi.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílem projektu je informovat zaměstnance na všech úrovních o aktuálním dění ve společnosti. Kromě korporátního obsahu však poskytuje také zábavu v lifestyle sekci. Jeho cílem je zvýšit loajalitu zaměstnanců a podporovat jejich zapojení do firemního dění. Časopis oslovuje široké spektrum zaměstnanců, od dělnických pozic po THP pracovníky, s odlišným věkem, genderem i pracovní lokalitou. Distribuován je tím pádem v různých výrobních závodech po celé ČR a navíc i elektronicky.

Strategie a kreativa:

Strategie spočívá v propojení tištěného magazínu s digitálním obsahem prostřednictvím QR kódů, což umožňuje rychlý přístup k dodatečným informacím umístěným např. na intranetu nebo sociálních sítích. K tomu je kladen důraz na vizualizaci informací pomocí přehledných infografik a moderního layoutu. Stěžejní je také srozumitelnost textů. Ruku v ruce s tím samozřejmě jde atraktivní zpracování obsahu, které reflektuje preference čtenářů.

Nástroje a aktivity:

Hlavním nástrojem je tištěná verze časopisu využívající QR kódy pro propojení s digitálním obsahem. Důležitá je také elektronická distribuce časopisu prostřednictvím e-mailu a intranetu, která je oproti tištěné verzi dostupná také v anglické jazykové mutaci. S ohledem na zjišťování spokojenosti zaměstnanců a jejich obsahových preferencí provádíme každé tři roky také průzkumy spokojenosti mezi zaměstnanci, na základě kterých dochází k analýze jejich preferencí a úpravám v obsahu. Pro zvýšení engagementu využíváme také interaktivní rubriky jako "Pracují mezi námi" a "Na cestě", které přímo zapojují zaměstnance do tvorby obsahu.

Výsledky:

Na adresu časopisu GO! se nám pravidelně dostává vysoce pozitivní zpětné vazby, a to především na účet přehlednosti témat, využití infografik a kreativního grafického zpracování. Za pozitivní výsledek považujeme také proaktivní přístup zaměstnanců při navrhování témat a rostoucí zájem firemních týmů o prezentaci pracovních úspěchů. Pozorujeme také posílení loajality zaměstnanců a jejich zapojení do dění společnosti, což bylo prokázáno pravidelnými průzkumy spokojenosti.