
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

ČPP #pojdnakafe

Klient:

ČPP Vienna Insurance Group, Česká podnikatelská pojišťovna,
a.s.

Agentura / Přihlašovatel:

Corporate publishing s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Jolana Kolaříková, Marketingová ředitelka, Česká podnikatelská
pojišťovna, a.s.

Renata Houštická, Specialista interní komunikace, Česká
podnikatelská pojišťovna, a.s.

Ditta Dvořáčková, Account director, Corporate publishing s.r.o.

Markéta Klimentová, Account manager, Corporate publishing
s.r.o.

Vladimír Trčka, Art Director, Corporate publishing s.r.o.

Iva Kyselá, Strategist, Corporate publishing s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Dominika Menclová

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

Stručné shrnutí projektu:

Interní komunikační strategie 2025+ s konceptem „Pojď na kafe“ představuje zaměstnancům nové firemní cíle a cestu k jejich dosažení. Káva se stala hlavním symbolem dialogu, sdílení a spolupráce. Multikanálový přístup kombinuje tištěné materiály a online formáty. Díky autenticitě a zapojení ambasadorů se strategie stala součástí firemní kultury a zvýšila angažovanost zaměstnanců.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

ČPP aktualizovala svou strategii pro rok 2025+, která definuje tři hlavní cíle a šest klíčových aktivit vedoucích k dosažení ročního cíle pojistného. Bylo klíčové strategii nejen představit zaměstnancům, ale především zajistit, aby ji pochopili a aktivně se na jejím naplňování podíleli.

Komunikační cíle:

Srozumitelně představit Strategii 2025+ napříč společností.

Zvýšit povědomí o firemních cílech a jejich naplňování.

Zapojit zaměstnance do aktivního dialogu o strategii.

Cílová skupina: Všichni zaměstnanci ČPP a dceřiné společnosti ČPP Servis, včetně vyššího a středního managementu.

Strategie a kreativa:

Místo jednostranného sdělování strategie jsme využili metaforu kávy jako nástroje pro otevřenou a srozumitelnou komunikaci. Každý strategický pilíř má svého ambasadora, který jej zaměstnancům přibližuje pomocí osobních setkání, podcastů, vizuální komunikace a soutěží.

Mediální strategie a kreativa

Multikanálový přístup: Kombinace online i offline nástrojů zajistila široký dosah.

Kreativní metafora kávy: Použití symbolu, který je zaměstnancům blízký.

Gamifikace: Motivace k aktivnímu zapojení skrze interaktivní prvky.

Autenticita: Ambasadoři z řad zaměstnanců zvyšují důvěryhodnost komunikace.

Originální nápad: Koncept je vlastní, vycházející z analýzy firemního prostředí a potřeb zaměstnanců

Nástroje a aktivity:

Online

Intranet: články, vizuály, odkazy na podcasty

Interní podcasty: rozhovory s ambasadory

Newslettery: pravidelný přísun informací

Offline

Kavárenské noviny „Dobry KAFE“: kvartální shrnutí strategie

Brožura Strategie 2025+: interaktivní materiál k osvojení strategie

Letáky, plakáty, LCD obrazovky

Osobní aktivity

Workshopy a setkání s ambasadory

Soutěž

Výsledky:

Povědomí o strategii vzrostlo o 50 % (interní průzkum)

Poslechovost podcastů se zvýšila o 30 %

Návštěvnost intranetu vzrostla o 60 %

Měření: Interní průzkumy a dotazníky. Analytika návštěvnosti intranetu.

Weblinky:

<https://youtu.be/7hT-DF8v0t0>