PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Ranvej

Klient:

AERO Vodochody AEROSPACE a.s.

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Samuel Kubín, Art Director, Boomerang Communication s.r.o.

Zuzana Dubcová, Product management, Boomerang Communication s.r.o.

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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

Kontaktní osoba:

Jméno: Petr Bejšovec

Firma/organizace: Boomerang Communication s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Čtvrtletník, který propojuje dění ve firmě a vášeň pro letectví, je součástí jedné z největších českých firem vyrábějících letadla – Aero Vodochody. Je vytvořený pro lidi a o lidech, s obsahem, který je přístupný a srozumitelný. Ranvej je nedílnou součástí firemní kultury, poskytuje nejen cenné informace o aktivitách a procesech, ale také o zaměstnancích, kteří dělají Aero tím, čím je.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Cílovou skupinou Ranveje jsou všichni zaměstnanci Aera – od těch, kteří pracují s nástroji, až po generálního ředitele. Časopis proto volí jazyk, který je srozumitelný i pro pracovníky v dílnách, ale zároveň si udržuje odborný a kvalifikovaný tón. Většina zaměstnanců Aera má silný zájem o letectví, dobře se orientují v této oblasti a jakákoliv nepřesnost v terminologii, technických detailech nebo letecké historii by byla rychle odhalena.

Strategie a kreativa:

Prvním krokem je redakční rada, které se účastní editor, grafik a projektový manažer z Boomerangu. Společně se zástupci HR a dalších oddělení v Aeru, probírají témata pro dané rubriky. Následně editor komunikuje s příslušnými odborníky, kteří poskytnou podklady externím novinářům z Boomerangu při přípravě článků. Společně s grafikem a fotografem se domluví na focení klíčových rubrik a stanovení termínů. Jakmile jsou texty hotové a fotografie pořízeny, grafik podle layoutu časopisu a ve spolupráci s editorem začíná navrhovat vizuální podobu.

Nástroje a aktivity:

Na rozdíl od jiných zaměstnaneckých časopisů je Ranvej výjimečná svou otevřeností v komunikaci se čtenáři. Zástupci firmy se nebojí mluvit o problémech, kterým Aero čelí, a to bez zbytečného obalu. V rubrice Srovnáme kurz se redakce záměrně zaměřuje na kontroverzní témata, která vyvolávají mezi zaměstnanci živé diskuse. Kromě toho se Ranvej může pochlubit i výjimečnou kvalitou profesionálních fotografií, což je v B2E tiskovinách spíše výjimkou.

Výsledky:

Každé číslo je interně vyhodnocováno HR na základě zpětné vazby od zaměstnanců. Na následující redakční radě se poté společně s Boomerangem snaží zapracovat relevantní a inspirativní připomínky do aktuálně připravovaného vydání.
V případě Ranveje se daří rozvíjet skvělou spolupráci mezi klientem a agenturou, kdy Boomerang postupně pro Aero realizoval i další projekty bezpečnostních videí, personalizovaných videí pro zaměstnance nebo grafické řešení identifikačního systému a další grafické materiály.