
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Albert noviny

Klient:

Albert ČR

Agentura / Přihlašovatel:

Boomerang Communication s.r.o.

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: Petr Bejšovec

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

Stručné shrnutí projektu:

Albert noviny, čtrnáctideník určený pro všechny zaměstnance společnosti Albert. Barevné noviny formátu A3 vycházejí pravidelně každé dva týdny. V hlavičce vždy naleznete, pro které období jsou určeny. Těchto 14 dní kopíruje cyklus firemních letáků, pracovního života a dění v Albertu. Albert noviny jsou určeny pro všechny zaměstnance Albertu – v prodejnách, distribučních centrech, nebo v centrále. Záhloví novin zpřijemňuje sezónní lifestyle fotografie. První tři strany se věnují firemním tématům, aktuálním zprávám, sloupkům, anketám a infobublině zaměřené na udržitelnost. Na poslední straně se obvykle představují aktivity Nadačního fondu Albert a vybraní zaměstnanci nebo albertáci s neobyčejným koníčkem. Obsáhlejší témata se pak objevují v nepravidelných přílohách.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Každá společnost má svůj vlastní interní jazyk, a proto se snažíme přizpůsobit tón novin specifickým potřebám jejich čtenářů. Čtenáři Albertovin, jak se jim slangově říká, pracují na více než 300 prodejnách, třech distribučních centrech a v centrále. Albert noviny nejsou pouze zdrojem užitečných firemních informací pro prodavače, prodavačky, skladníky, skladnice, pokladní a další profesní skupiny, ale také jim připomínají, že jsou součástí velké rodiny a že jejich práce má hlubší smysl. Hlavním cílem Albertovin je motivovat a inspirovat všechny albertáky.

Strategie a kreativita:

Každé dva týdny se koná on-line redakční rada, které se účastní zástupci klienta i agentury, a to měsíc před termínem tisku novin. Klient přináší témata z různých oddělení, které agentura doplňuje o vlastní nápady. Společně tato témata rozdělují do jednotlivých rubrik a dohodnou se na způsobu jejich prezentace. Podklady připravují profesionální novináři a fotografové z agentury. Některé texty jsou doplněny reportážními fotografiemi, které vznikají ve spolupráci se zaměstnanci Albertu, což novinám dodává na autentičnosti. Pro klienta i agenturu je kladeno největší důraz na srozumitelnost a pozitivní vnímání výsledku.

Nástroje a aktivity:

Albertoviny čtou téměř všichni albertáci, nejen v kancelářích, ale i ve všech prodejnách a distribučních centrech. Noviny jsou obvykle k dispozici ve stojanech na chodbách nebo v tzv. denních místnostech, kde zaměstnanci odpočívají během přestávek. Redakce Albertovin nabízí všem albertákům příležitost podílet se na jejich tvorbě. Albertoviny totiž nevznikají pouze na manažerských stolech v centrále, ale především přímo v prodejnách a skladech, kam redaktoři a fotografové pravidelně vyjíždějí na reportáže. A stále mají o čem informovat, protože Albert neustále modernizuje své pobočky, školí zaměstnance, motivuje je a poskytuje jim různé benefity, o kterých chce informovat všechny.

Výsledky:

Spokojenost zaměstnanců s Albertovinami pravidelně měříme prostřednictvím průzkumu interní komunikace po každém vydání novin, a také jednou ročně v rámci celofiremního zaměstnaneckého průzkumu. Dlouhodobě je výsledek velmi pozitivní: více než 90 % zaměstnanců hodnotí Albertoviny jako dobře připravené, srozumitelné, přínosné a oblíbené.