
PŘIHLÁŠKA do 20. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

News & Views: jak prodat kolegům novou komunikační platformu

Klient:

Tesco

Agentura / Přihlašovatel:

Tesco

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: Iva Pavlousková

Firma/organizace: Tesco

Stručné shrnutí projektu:

Na začátku byla nová komunikační platforma News & Views a mobilní aplikace, která umožní všem našim kolegům, včetně lidí z provozu, komunikovat napříč firmou, sledovat benefity, soutěže nebo webináře a prezentovat úspěchy svého týmu. A naším úkolem bylo vymyslet, jak ji co nejlépe prodat našim kolegům, s cílem navýšit míru engagementu.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Platforma News & Views byla v průběhu roku 2023 implementována v celé Tesco Group. Pro Tesco v ČR to byla revoluční změna, předchozí komunikační nástroje byly jednosměrné (intranet, e-mail) s minimálním zapojením kolegů z provozu. Naším cílem bylo seznámit všechny kolegy s novou platformou a motivovat je ji aktivně využívat pro získávání informací i prezentaci vlastních úspěchů. Abychom toho docílili, nevytvářeli jsme jednu kampaň pro všechny, ale připravili jsme vybrané komunikační aktivity, eventy a pobídky pro vybrané skupiny našich kolegů – primárně rozdělené na provoz, distribuční centrum a centrální kancelář.

Strategie a kreativa:

Zatímco vizuální identita byla dána skupinou Tesco, obsahově jsme připravovali kampaň na osvojení především ve spolupráci s personálním oddělením. Cílem připravených materiálů, videí i soutěží bylo postupovat krok za krokem – seznámit kolegy s novou platformou, nabídnout jim zajímavý obsah, za kterým se budou vracet, následně jim dát dostatek kompetencí pro aktivní využívání platformy pro komunikaci, motivovat je i uveřejnění prvních postů v rámci oblíbených interních eventů či soutěží a následně je za to ocenit.

Nástroje a aktivity:

Pro přijetí platformy byl důležitý dobrý obsah, dostatek kompetencí a příležitost komunikovat.

Abychom nabídli zajímavý obsah spolupracovali jsme úzce s leadershipem a personálním týmem, kteří od nás dostali speciální školení, a stali se z nich velmi aktivní uživatelé, kteří na začátku plnili roli „firelighters“.

Kromě manuálů a krátkých názorných videotutoriálů, které jsme kolegům nabídli, jsme také úzce spolupracovali se skupinou Digitálních šampionů. Tito kolegové pomáhají ostatním na provozu s novými technologiemi a byli velmi užiteční při implementaci nové komunikační platformy na provozu.

V rámci soutěží spojených s oblíbenými interními eventy či tématy důležitými pro naše podnikání – Velikonoce, Vánoce, hokejová kampaň, Správný start, kroková výzva Buďme fit – jsme nabídli kolegům komunikační příležitosti a následně ocenili ty, kteří ji využili – cenami v soutěžích, ale i prostorem v pravidelném newsletteru, videích atp.

Výsledky:

Během roku se nám podařilo získat téměř 5 200 registrovaných kolegů, tedy 72 procent a výrazně překročili cíl 55 % stanovený na základě zkušeností z Velké Británie. O 24 % jsme navýšili počet kolegů, kteří se pravidelně na platformu vrací a míra engagementu kolegů osciluje mezi 40 a 50 %.

Převyšujeme statistiky zbytku skupiny i domácího Tesco byznysu ve Velké Británii jak v rámci počtu článků čtených kolegy (o téměř 5 článků za měsíc) i v rámci průměrné open rate (o 6 %). Zvýšení spokojenosti kolegů + 2 %.

Weblinky:

<https://tesco.wistia.com/medias/f61ow1iuit>,