
PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Háčko

Klient:

HSF System

Agentura / Přihlašovatel:

HSF System

Spolupracující agentura / subjekt:

Crest Communications Ostrava; Mattbox.cz

Individuální kredity:

Přihlašujeme do:

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: Lukáš Klapil

Firma/organizace: Crest Communications Ostrava

Stručné shrnutí projektu:

Interní magazín Háčko je komunikačním tmelem stavební společnosti HSF System z holdingu PURPOSIA Group. Propojuje firmu v rámci mezinárodní stavební skupiny a investičního holdingu, oslavuje úspěchy a odbornost zaměstnanců a představuje náročné stavby s lidskou tváří. Moderní vizuál a autentický obsah boří bariéry mezi kanceláři a terénem, posiluje firemní kulturu a vytváří sounáležitost uvnitř kolektivu. Háčko není jen vnitropodnikový občasník, ale magazín o lidech, kteří tvoří budoucnost (nejen) českého stavebnictví.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Časopis má po transformaci HSF System do investičního holdingu sjednotit vnímání firemní identity a posílit sounáležitost s novým uspořádáním napříč firmou. Strategie staví na humanizaci značky a transparentním vysvětlování důležitých kroků vedení v souladu se strategickými cíli společnosti pro rok 2025 (udržovat kvalitu staveb, posilovat digitalizaci a automatizaci, implementovat inovativní řešení, přenášet hodnoty ESG do interních procesů, zvyšovat kvalifikaci zaměstnanců, prohloubit spolupráci v oblasti školství, vědy a výzkumu). Primární cílovou skupinu tvoří zaměstnanci společnosti HSF System v Česku. Sekundárně časopis oslovuje rodinné příslušníky zaměstnanců, zaměstnance dalších firem z holdingu, obchodní partnery, návštěvy v sídlech firmy i potenciální uchazeče o práci.

Strategie a kreativa:

Kreativní proces vychází z interní redakční rady, která sbírá témata přímo na stavbách i v kancelářích. Obsah stojí na autenticitě a využívá výhradně autorské fotografie zaměstnanců a projektů. Texty mají svěží, neformální tón, srozumitelný napříč profesemi. Charakteristickým prvkem je název i vizuální motiv písmene H, které tvoří kompozici titulní fotografie. Grafika sází na čistý, moderní styl a kvalitní papír. Háčko je důkazem, že i v „tvrdém“ stavebním byznysu lze komunikovat s lehkostí a stylem.

Nástroje a aktivity:

Projekt občasníku posouvá klasický interní časopis do podoby multimediální platformy. Tištěné vydání je obohaceno o QR kódy vedoucí na další audiovizuální obsah, který se do papíru nevejde, včetně firemních kanálů na sociálních sítích. Obsah je spoluvytvářen zaměstnanci (vlastní fotografie, články, reportáže). Publikace shrnuje rok 2025: technologické inovace (3D tisk betonu), expanze do Rakouska, ESG, digitalizace, účast na EXPO 2025 v Ósace, firemní akce, projekty společenské odpovědnosti, sportovní setkání i běžný život zaměstnanců.

Výsledky:

Neformální tón, silná vizuální stránka a autentické příspěvky přispívají k přirozené konzumaci strategického a firemního obsahu. Nastolené strategické cíle na rok 2025 reflektoval konkrétní obsah, např. Tiskneme budoucnost stavebnictví, Stavíme na vítězné vlně, Proč ESG? Protože to má smysl, Sbohem, papíre, tužko!, Mise Ósaka, Stavíme na vzdělání. Po transformaci společnosti do holdingu se magazín stal platformou pro sjednocení firemní identity a posílení pocitu sounáležitosti. Do budoucna je v plánu periodické vydávání časopisu Háčko.