

---

## PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

### Projekt:

Název projektu:

MND Report

Klient:

MND

Agentura / Přihlašovatel:

MND

Spolupracující agentura / subjekt:

Individuální kredity:

Filip Sodomka, grafik

### 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: Martin Beneš

Firma/organizace: MND

#### Stručné shrnutí projektu:

Report jsme proměnili z interního časopisu na komunikační platformu, která propojuje 1000 zaměstnanců MND napříč zeměmi, profesemi i byznysem. V prostředí diverzifikované energetické skupiny přinášíme obsah srozumitelný pro operátory, geology i management, založený na storytellingu, infografikách a autentických příbězích z terénu. Časopis tvoří zaměstnanci pro zaměstnance a jeho cílem je nejen informovat, ale posilovat loajalitu a hrdost. Díky systematické práci se zpětnou vazbou jsme rozšířili formáty o nový web, posílili vizuál i obsah a zvýšili dosah i čtenost. Report se tak stal skutečným srdcem interní komunikace.

#### Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zadáním bylo sjednotit interní komunikaci v diverzifikované skupině MND a vytvořit komunikační nástroj, který bude srozumitelný a relevantní pro více než tisíc zaměstnanců napříč profesemi, divizemi i zeměmi. Cílem bylo nejen informovat, ale posilovat engagement a vztah zaměstnanců ke značce. Klíčovým insightem byla potřeba zapojení – zaměstnanci proto obsah spoluvytvářejí a interakce probíhá prostřednictvím soutěží, anket nebo oblíbené křížovky.

#### Strategie a kreativa:

Strategii jsme postavili na kombinaci srozumitelnosti, atraktivity a dostupnosti obsahu pro různorodé publikum napříč firmou. Využíváme mix formátů – rozhovory, reportáže, infografiky a vizuály – pro srozumitelné předání informací. Zásadním posunem v roce 2025 bylo přetvoření Reportu z klasického časopisu na multimediální platformu – vedle tištěné a digitální verze vznikl nový web s rozšířeným obsahem, včetně fotografií, infografik a videí. Každé vydání stavíme na hlavním tématu, které zpracováváme napříč formáty s důrazem na autenticitu.

#### Nástroje a aktivity:

Magazín vychází čtvrtletně. Připravujeme ho ve třech formátech – tištěný magazín, online web a PDF verze na intranetu. Tištěná verze je oblíbená u zaměstnanců v provozu, zatímco web rozšiřuje obsah o multimediální prvky a zvyšuje jeho dostupnost i možnost průběžné aktualizace. Obsah čísla určuje redakční rada složená ze zástupců jednotlivých částí firmy, na tvorbě textů zapojujeme i zaměstnance. Obsah dále využíváme napříč interní komunikací skupiny KKCG i externě na sociálních sítích. Tištěný časopis vychází v CZ verzi v nákladu 250 kusů a je distribuován napříč skupinou.

#### Výsledky:

Základní prvek pro naše zlepšování je systematická práce se zpětnou vazbou – každoročně realizujeme průzkum mezi zaměstnanci, kteří hodnotí obsah, grafiku i jednotlivé rubriky. Na základě těchto dat kontinuálně upravujeme obsah i formu magazínu. Daří se nám zvyšovat zapojení i spokojenost čtenářů (celkové hodnocení z 2,1 v roce 2022 na 1,4 v roce 2025) zlepšovat texty, grafiku i práci s tématy. V roce 2025 jsme spustili nový web a zajistili jazykové mutace pro posílení dosahu obsahu. Web navštěvují stovky uživatelů měsíčně. Tištěný náklad v objemu 250 kusů je pravidelně zcela rozebraný. Magazín propojuje týmy a posiluje informovanost ve firmě. Dále chceme posílit multimediální prvky na webu, přidat gaming prvky pro zaměstnance a více propojit obsah se sociálními sítěmi.

#### Weblinky:

<https://mnd-report.mnd.cz/>