PŘIHLÁŠKA do 21. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Zpátky k tabuli

Klient:

ČSOB

Agentura / Přihlašovatel:

Československá obchodní banka, a. s.

Spolupracující agentura / subjekt:

Zaraguza CZ

Individuální kredity:

nikdo

Přihlašujeme do:

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

Oborové kategorie:

II.1 Finanční služby a trhy

Komunikační nástroje:

III.3 Akce a události

Porota má právo na změnu-přesun projektu do jiné kategorie,
pokud uzná, že by tam mohl mít větší šanci na ocenění

Kontaktní osoba:

Jméno: Michaela Průchová

Firma/organizace: ČSOB

Stručné shrnutí projektu:

Interní kampaň ČSOB „Zpátky k tabuli“ motivovala zaměstnance k zapojení do programu Finanční a digitální vzdělávání ČSOB pro školy. Jde o jednu z klíčových vzdělávacích aktivit banky, je součástí naší CSR strategie. Kampaň byla postavena na autenticitě. Naši kolegové, dosavadní ambasadoři, sdíleli se všemi zaměstnanci ČSOB své zkušenosti z výuky i obavy z první hodiny před třídou a pomohli tak odstranit největší bariéry zapojení. Kampaň pomohla výrazně rozšířit komunitu ambasadorů – do programu se za dva měsíce přihlásilo 121 nových kolegů, což je více než polovina celoročního přírůstku.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

ČSOB dlouhodobě podporuje výuku ve školách prostřednictvím programu Finanční a digitální vzdělávání ČSOB pro školy. Od roku 2016 jsme odučili 8.441 hodin a naším programem prošlo 1.710 škol a 139.774 dětí. Zaměstnanci ČSOB chodí do škol a předávají dětem své vědomosti a zkušenosti z praxe v oblastech finanční gramotnosti, digitálních dovedností a udržitelnosti. Zájem škol o výuku násobně převyšuje kapacity programu. Hlavním cílem kampaně proto bylo získat nové ambasadory z řad zaměstnanců a znovu aktivovat kolegy, kteří se již v minulosti do programu přihlásili. Mnoho kolegů má chuť pomáhat, ale nejsou si jistí, zda výuku zvládnou. Kampaň jsme postavili na odstranění hlavní bariéry „nejsem učitel“. Kolegům jsme ukázali, že do programu se může zapojit opravdu každý, protože noví ambasadoři mají k dispozici nejen výukové materiály, učební tipy a pomůcky, ale i podporu zkušenějších kolegů prostřednictvím nového programu Průvodci výukou na podporu nováčků ve výuce.

Strategie a kreativa:

Zkušenosti s programem ukazují, že nejlépe pro získávání nových lektorů funguje, když o reálných zkušenostech mluví samotní kolegové, kteří už do škol chodí. Strategie proto stavěla na peer-to-peer komunikaci: zkušenosti kolegů měly větší důvěryhodnost než klasická interní kampaň vedená shora. Ve videích i vizuálech vystupovali současní ambasadoři, zaměstnanci, kteří sdíleli své zkušenosti z výuky včetně obav, které měli na začátku.

Nástroje a aktivity:

Kampaň využívala kombinaci obsahové komunikace a vizuálních formátů. Probíhala od října 2025. Šlo o sérii navazujících obsahů – od představení programu až po sdílení zkušeností ambasadorů. Na intranetu a v interních komunikačních kanálech vyšly články, které postupně představovaly program, zkušenosti ambasadorů i praktickou podporu pro nové kolegy. Součástí byla i série krátkých videí. Kreativní koncept pracoval s motivem „Zpátky k tabuli“. Motiv zelené školní tabule byl použitý také jako spořič obrazovky na počítačích zaměstnanců i vizuál pro sociální sítě. Součástí bylo i představení novinek v podpůrném systému pro nové ambasadory. .

Výsledky:

Kampaň pomohla rozšířit komunitu ambasadorů programu Finanční a digitální vzdělávání ČSOB pro školy. Během 2 měsíců přinesla přes polovinu celoročního přírůstku ambasadorů. Program získal nové lektory, zároveň se posílilo zapojení zaměstnanců do vzdělávacích aktivit programu.