

Shrnutí projektu a důvody, proč si projekt zaslouží ocenění:

Publikace je speciální přílohou firemních novin ŠKODA Mobil, vydanou k příležitosti výročí 120 let od založení společnosti ŠKODA AUTO. Hlavním cílem bylo popsat a originálně graficky zpracovat obdivuhodný příběh ŠKODA AUTO postavený na osobním vyprávění zaměstnanců a jejich rodin, celoživotně spjatých s automobilkou. Významná výročí jsou většinou spojována jen se zakladateli společnosti. My jsme chtěli interní komunikaci postavit na srdečním vztahu zaměstnanců ke značce. Projekt se napříč firmou setkal s velmi pozitivním ohlasem - dotisk činil 400 ks. Příloha byla využita i v externí komunikaci, pro potřeby importérů či ŠKODA Muzeum. Příloha si jistě ocenění zaslouží pro své originální grafické zpracování a opravdovost. Jsou v ní obsaženy skutečné příběhy našich zaměstnanců, jejichž rodiny ve ŠKODA AUTO pracují celé generace. Pro velký ohlas byla příloha přeložena do anglického jazyka a rozeslána mnoha importérům a obchodním partnerům. To vše zvládl připravit malý organizační tým čítající 5 lidí za 5 měsíců.

Popis komunikačních příležitostí nebo rizik, které projekt řešil:

Vůbec poprvé jsme zpracovali příběhy 29 zaměstnanců a rodin spojených s historií ŠA ze společnosti ŠKODA AUTO a odvyprávěli příběh 120 let firmy v celku.

Informace o výzkumech provedených před samotnou realizací či v průběhu projektu:

Vysvětlení zvoleného strategického postupu:

Příloha 120 let byla součástí srpnových zaměstnaneckých novin ŠKODA Mobil. Abychom umocnili význam tohoto výročí, rozhodli jsme se i samotný ŠKODA Mobil protentokrát zahalit do speciálního přebalu tak, aby na první pohled zaujal a zároveň odkazoval k založení společnosti v roce 1895. ŠKODA Mobil se proto na jeden měsíc proměnil v dobový „Laurin & Klement mobil“. Pro samotnou přílohu bylo na zakázku vytvořeno 80 speciálních ilustrací, které symbolizují určitou událost či známou osobnost, charakteristickou pro danou dekádu (potopení Titanicu, vznik Rolling Stones, Rally Dakar a další). Na ilustracích jsou ztvárněny světové události, abychom připomněli, že i v době totalitního režimu se naše vozy vyvážely do celého světa a byly součástí světového dění. Publikace se skládá z 12 kapitol rozdělených po dekádech, které chronologicky představují modely značky a vyprávějí příběhy o našich zaměstnancích. Pro snadnější orientaci na časové ose jsme využili grafického prvku volantu, který se v čase posouvá směrem do přítomnosti a jeho vzhled se mění podle toho, jaké modely se v dané dekádě zrovna vyráběly. Hlavním smyslem bylo připomenout úspěšnou 120letou historii značky skrze osobní zkušenosti zaměstnanců a jejich rodin, které spojily svůj život s automobilkou!

Popis realizovaných fází a aktivit projektu:

Nejprve jsme na Zaměstnaneckém portálu zveřejnili výzvu, že hledáme majitele veteránů ŠKODA. Přihlásili se nám desítky zájemců, načež jsme začali stejným způsobem hledat rodinné „klany“ pracující ve společnosti. Jak již bylo zmíněno, přílohu jsme zatraktivnili ilustracemi v retro stylu, aby vhodně dokreslily zásadní milníky z dané historické dekády. Na výběr ilustrátorů bylo vyhlášeno výběrové řízení, ze kterého jako vítězové vzešli ilustrátoři Tomski&Polanski. Poté následovalo zalomení textů a ilustrací s fotografiemi. Grafický layout stránek jsme navrhli in-house a všechny texty napsali sami. Poslední fází byla příprava fiktivního dobového přebalu ŠKODA Mobilu, který byl autentický jako z roku založení společnosti. Obálka měla 4 strany a obsahovala články z průřezu celé historie společnosti. Všechny otištěné články jsou originální z archivu ŠKODA AUTO. Články jsme čerpali ze zaměstnaneckých novin Ventil (předchůdce ŠM) a starších archiválií. Všem rodinám, které nám odvyprávěly své příběhy a poskytly soukromé fotografie, jsme s předstihem zaslali několik výtisků s osobním poděkováním. Pro velký ohlas byla příloha přeložena do anglického jazyka a rozeslána importérům a obchodním partnerům. Výtisky byly k dispozici i v českých autosalonech ŠKODA a ve ŠKODA Muzeu. Příloha byla našimi importéry přeložena i do dalších světových jazyků.

Přehled dosažených výsledků s důrazem na dopad projektu na podnikání, obchodní výsledky a reputaci zadavatele:

Publikace měla nakonec mnohem širší cílovou skupinu, se kterou jsme původně nepočítali. Přestože primární skupinou byli zaměstnanci, vzbudila takový zájem, že jsme museli dodatečně navýšit počet výtisků, o které nás žádali nejen kolegové z ostatních oddělení, ale také zaměstnanci pobočných závodů i nadšení čtenáři, kteří ji chtěli ukázat svým rodinám a kamarádům. Příloha slavila neuvěřitelný úspěch, který umocňoval nejen zájem jednotlivých oddělení o výtisky navíc, ale i pochvalné osobní vzkazy od našich zaměstnanců. Zejména oddělení Marketingu pravidelně využívá přílohu 120 let pro své účely. Přílohu dostali novináři na Výroční tiskové konferenci.

Přílohy:

[Příloha 1](#), [Příloha 2](#)