
PŘIHLÁŠKA do 16. ročníku soutěže

Projekt:

Název projektu:

Na společné cestě (zaměstnanecký magazín EUROVIA CS)

Projekt byl navržen a proveden pro:

EUROVIA CS

Na projektu se dále podíleli:

Firma/organizace:

Bison & Rose

Přihlašujeme do:

Komunikační nástroje:

III.1 Firemní publikace - časopisy

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

Osoba, která projekt do soutěže předkládá:

Jméno: Barbora Pozlerová

Firma/organizace: Bison & Rose

Stručné shrnutí projektu:

Zpravodaj stavební společnosti EUROVIA CS v modernějším a poutavějším kabátě. To byla výzva, kterou přinesl nový ročník interní publikace Na společné cestě. Zpravodaj vychází každé dva měsíce více než 10 let. Distribuuje se po ČR i SR a čte jej až 3000 zaměstnanců. Řešili jsme tedy, jak představit aktuální stavební projekty a komunikovat hlavní sdělení firmy ještě zajímavěji. Nová podoba zpravodaje se nese v duchu ostrých linií a rozsáhlé odborné texty nahradily fotografie a grafické prvky.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Zpravodaj Na společné cestě je interním periodikem pro pracovníky všech závodů a oblastí stavební skupiny EUROVIA CS. Vychází v tištěné podobě (v nákladu 2 000 výtisků), ale k dispozici je i v elektronické podobě. V každém vydání se představují nejen aktuální i dokončené stavební projekty, ale i náplň práce některého z kolegů. Dále se zde komunikují firemní akce a jiná důležitá sdělení. S ohledem na nastalou situaci se zpravodaj stal na jaře jedním z nejdůležitějších komunikačních kanálů pro všechna mimořádná opatření spojená s pandemií. Naším cílem proto bylo připravit ho v poutavějším formátu, obsahově zjednodušit a hlavní sdělení komunikovat přehledněji a srozumitelněji skrze vizuální stránku.

Strategie:

S cílem upravit tradiční periodikum do atraktivnější podoby, která bude reálně čtená, jsme odborný obsah po textové stránce zjednodušili. Zároveň jsme konkrétní projekty prezentovali řadou fotografií a přidali jsme i hravé grafické prvky. Přibyly také nové rubriky Technika a Osvěta, v rámci kterých jsme zaměstnance přehledně a srozumitelně vzdělávali. Nechyběl ani průběžný přehled interních opatření spojených s pandemickou situací, který podpořil a doplnil interní komunikaci.

Nástroje a aktivity

Pro zatraktivnění publikace byly odborné a často zbytečně technické upraveny do srozumitelnější a čtivější podoby a doplněny fotografiemi, které sami o sobě nesou sdělení a čtenáře zaujmou. Díky většímu množství obrázků a grafických prvků působí publikace vzdušněji, přehledněji a je čtenářsky přitažlivější. V době pandemie jsme zde také srozumitelnou a přehlednou formou komunikovali mimořádná opatření a připravili jsme i tematickou stolní hru pro děti a jejich rodiče, kterou jsme odlehčili složitou situaci. Favoritem se ovšem stalo vánoční vydání, jehož součástí byl malý dáreček (vykrajovátko na cukroví ve tvaru bagru), jakožto poděkování pro všechny zaměstnance.

Výsledky:

Výsledkem je atraktivní a moderní časopis, který nejen že udržuje zaměstnance motivované a informované, ale především je baví. Kromě pozitivní zpětné vazby od klienta potvrzují úspěch především spokojení čtenáři, jejichž počet stoupl. Magazín se stal také důležitým nástrojem interní komunikace v době omezeného setkávání. Velký ohlas měla speciální příloha pro děti, která v nelehké situaci potěšila celé rodiny. Největší úspěch ale zaznamenalo vydání s dárečkem, který netrpělivě očekávali i zaměstnanci, kteří jinak preferují elektronickou formu zpravodaje.