# PŘIHLÁŠKA do 19. ročníku soutěže

**Projekt:**

Název projektu:

Těšte se na Vánoce spolu s Nestlé

Klient:

n/a

Agentura / Přihlašovatel:

Nestlé Česko s.r.o.

Spolupracující agentura / subjekt:

n/a

Individuální kredity:

Tereza Skrbková, Corporate Communication Manager, Nestlé Česko s.r.o.

Tereza Vlčáková, Internal Communication Specialist, Nestlé Česko s.r.o.

**Přihlašujeme do:**

Komunikační disciplíny:

I.5 Budování vztahů se zaměstnanci

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

**Kontaktní osoba:**

Jméno: Tereza Skrbková

Firma/organizace: Nestlé Česko s.r.o.

Stručné shrnutí projektu:

Workplace, jeden z hlavních komunikačních kanálů napříč globálním Nestlé, zůstával mezi českými a slovenskými zaměstnanci upozaděn. Rozhodli jsme se to změnit propojením emocí a oblíbenou vánoční aktivitou, která rozhodně nepatří jen dětem, a to adventním kalendářem ušitým českým a slovenským zaměstnancům na míru. Přes adventní kalendář se na Workplace během prosince připojila celkem čtvrtina ze všech zaměstnanců Nestlé Česko a Slovensko.

Zadání, cíle projektu, cílové skupiny:

Workplace je v Nestlé po celém světě jedním z hlavních interních komunikačních kanálů. Je to nástroj od Mety, takže v zásadě umíte-li používat Facebook, zvládnete Workplace. Nicméně mezi zaměstnanci na CZ & SK trhu byl stále marginálním komunikačním kanálem. Naší snahou bylo to zvrátit a přilákat kolegy na Workplace. Ukázat jim výhody, rychlost a efektivitu Workplace komunikace. Bylo ale třeba je tam dostat, aby sami viděli, jak funguje, vytvořit návyk v používání, stejně jako e-mailu.
Adventním kalendářem jsme chtěli jednak přivést na Workplace kolegy, kteří na něj nechodí, ale zároveň ty, co již na Workplace chodí a znají ho, jsme chtěli podpořit v aktivnějším využívání, komentování, přispívání.
Kvantitavními cíli bylo navýšit sledovanost jednotlivých příspěvků, dosáhnout většího zapojení zaměstnanců (zvýšit engagement a počet komentářů).

Strategie:

Věděli jsme, že je třeba vytvořit kampaň, které se lidé budou chtít sami zúčastnit a propojit ji s něčím oblíbeným a pozitivním. Zvolili jsme adventní kalendář, ať nemáme jen ty čokoládové. Každý pracovní den si tak kolegové mohli otevřít okénko s tipem, výzvou, playlistem, kvízem, přáním. A to vše samozřejmě s vánoční tématikou. Workplace jsme tak propojili s pozitivními emocemi.

Nástroje a aktivity:

Každý ví, jaký je konec roku v businessu. Chtěli jsme to pozitivní ohledně projektu spojené i s pár minutami odlehčení nabídnout všem, a ne z toho vyčleňovat desítky tvůrců, kteří by již znali obsah. S ohledem na to jsme kalendář tvořili jen v týmu interní komunikace, který se skládá ze 2 lidí. Vytvořili jsme obsah, kreativu, webovou stránku, na kterou měli přístup jen zaměstnanci Nestlé. Kromě nás dvou, tvůrců, nikdo neznal obsah, a všichni kolegové se tak mohli společně těšit na Vánoce odkrýváním jednotlivých políček. Každý den na ně čekalo okénko, které pokračovalo na Workplace, kde následovalo překvapení a diskuze.

Výsledky:

Oproti běžným příspěvkům na Workplace engagement jednotlivých příspěvků byl min. 2x vyšší, shlédnutí 3x vyšší a komentáře byly v desítkách (oproti žádným). Adventní kalendář celkem navštívila čtvrtina ze všech zaměstnanců Nestlé Česko a Slovensko. Prosinec se na česko-slovenském Workplace nesl v duchu Vánoc, přičemž atmosféru, tvořili přímo zaměstnanci sdílením svých fotek a příběhů. Sentiment a zpětná vazba byla jen pozitivní: „Díky za super nápad „Nestlé adventní kalendář", je to příjemné přivítání ráno do práce po otevření noťasu".