**Spoločenská zodpovednosť v Lidli**

Lidl Slovenská republika

NÁZOV PRÁCE: Spoločenská zodpovednosť v Lidli

PRIHLASOVATEĽ: Lidl Slovenská republika

KATEGÓRIA: Internal Communication

Kontaktná osoba za prihlasovateľa: Tomáš Bezák, 0911 039 541

1. ZHRNUTIE PROJEKTU *(do 500 znakov bez medzier)*

*Popíšte v krátkosti prihlásený projekt. Sústreďte sa na kľúčové faktory, ktoré viedli k úspechu. Vysvetlite porote, prečo by mal byť práve váš projekt ocenený a čím je jedinečný. Porota oceňuje originalitu nápadu, strategický prístup k riešeniu komunikačnej výzvy, netradičné a kreatívne poňatie realizácie projektu.*

**Spoločenská zodpovednosť je pre Lidl dôležitou témou, je súčasťou našej filozofie a ako taká je prítomná vo všetkých našich činnostiach. Je preto dôležité, aby sa s východiskami a hodnotami CSR oboznámili a stotožnili naši zamestnanci a stali sa ich ambasádormi. Koncept internej komunikácie tejto témy na existujúcich i budúcich zamestnancov pomohol zvýšiť povedomie o spoločensky zodpovedných aktivitách Lidl a tiež identifikáciu so značkou.**

1. VÝZVA A CIEĽ *(do 800 znakov bez medzier)*

*Popíšte zadanie a uveďte stručný popis komunikačnej situácie. Akým komunikačnými výzvam bolo potrebné čeliť? Čo bolo vašou úlohou a aké boli ciele kampane?*

* + **Vysvetliť zamestnancom a zákazníkom čo znamená skratka „CSR“**
	+ **Aké sú základné oblasti CSR v Lidli**
	+ **Zvýšenie povedomia o spoločenskej zodpovednosti v Lidli**
	+ **Zvýšenie lojality zamestnancov**
	+ **Priame filozofie CSR so zamestnancom a jeho každodennou aktivitou**
	+ **Upevňovanie pozitívneho imidžu značky Lidl**
	+ **Zvýšenie spontánneho povedomia o značke Lidl ako modernej a ohľaduplnej firme**
1. STRATÉGIA A PLÁN *(do 500 znakov bez medzier)*

*Vysvetlite strategický prístupu k riešeniu komunikačnej výzvy. Popíšte idey riešenia, insighty,  kreatívny pohľad na riešenie problému a plán kampane.*

**Pripraviť sériu propagačných materiálov, ktoré zamestnancov oboznámia s filozofiou i konkrétnymi krokmi v oblasti napĺňania spoločenskej zodpovednosti.**

1. REALIZÁCIA *(do 1000 znakov bez medzier)*

*Popíšte realizáciu projektu, jednotlivé komunikačné fázy a využitie rôznych komunikačných nástrojov.*

**November 2015:**

Príprava **28-stranovej brožúry (náklad doteraz viac ako 5000 ks)**, ktorá vysvetľuje koncept spoločenskej zodpovednosti ako taký, filozofiu Lidl v tejto oblasti a poskytuje prierez našimi aktivitami v štyroch hlavných oblastiach: životné prostredie, spoločnosť, sortiment, zamestnanci. Brožúra bola prostredníctvom nadriadeného distribuovaná **všetkým aktívnym zamestnancom Lidl.**

Príprava **informačných plastových stojanov**, ktoré sú umiestnené vo všetkých kuchynkách a spoločných priestoroch v centrále, logistických centrách a tiež predajniach Lidl na Slovensku. Príprava **informačnej tabule** v zázemí predajní.

**December 2015**

**Brožúra** sa stala **súčasťou nástupného balíčka**, čo znamená, že sa dostane do rúk **každému novému zamestnancovi.**

**Redizajn instore priestorov do CSR grafík**

1. VÝSLEDKY *(do 500 znakov bez medzier)*

*Zdôraznite predovšetkým dopad na zmenu vnímania značky alebo zmenu správania cieľovej skupiny. Uveďte či mala komunikácia vplyv na podnikanie, obchodné výsledky alebo reputáciu. Nesústreďte sa len na počet výstupov alebo mediálnu hodnotu, ale skôr na zasiahnutie cieľovej skupiny.*

Miera informovanosti a stotožnenia zamestnancov so spoločenskou zodpovednosťou Lidl sa výrazne zvýšila. Podarilo sa splniť stanovený cieľ – mnohí zamestnanci pociťujú vyššiu identifikáciu s Lidlom ako zamestnávateľom a stali sa ambasádormi našich CSR aktivít.

**EXTRA**

Prezentácia (príloha)