



NÁZOV PROJEKTU

# DUSLO

*Zamestnanecký deň 2016*

KATEGÓRIA

**Event PR**

OBDOBIE REALIZÁCIE

*Marec - Jún 2016*

AGENTÚRA

**PR Clinic**



**PROKOP 2016**

### ZHRNUTIE

*Agentúra pre klienta Duslo pripravila jeden z doposiaľ najväčších a najdôležitejších eventov, aký kedy podnik organizoval.*

**Zamestnanecký deň** je obľúbeným podujatím nielen pre podnik, ale pre celý región. Vytvára sa v ňom vzťah medzi zamestnávateľom, zamestnancami a komunitami v okolí závodu. Duslo do programu zapojilo do programu miestne školy, detské súbory, tanečné a hudobné skupiny. Spolu s takmer **3 700 návštevníkmi** sa z podujatia stal jeden z najväčších eventov regiónu.

### VÝZVA A CIEĽ

*Cieľom projektu bolo pripraviť pre klienta event zamestnanecký deň, ktorý spojí zamestnancov a ich rodiny a komunity z okolia továrne.*

Jeden z najvýznamnejších podnikových eventov mal byť zorganizovaný špičkovy, s ohľadom na všetky organizačné riziká a s prihliadnutím na jednotlivé vekové kategórie zúčastnených. **Tento event bol pre klienta kľúčovým**, keďže sa ho zúčastňujú ako radoví zamestnanci, tak aj topmanažment a významní partneri podniku. Cieľom bolo **podvihnúť úroveň eventu** oproti minulým rokom a zorganizovať ho na vysokej úrovni a zapojiť miestne komunity, ako napríklad **miestne školské tanečné súbory, hudobné skupiny a lokálne umelecké združenia**.

### STRATÉGIA A PLÁN

*Agentúra mala za úlohu vymyslieť kultúrno-zábavný koncept, ktorý vyhovie všetkým vekovým kategóriám.*

V prípravnej fáze si agentúra spravila prieskum medzi zamestnancami na ich požiadavky. Zo zistených faktov pripravila koncept rodinnej olympiády v kombinácii s ďalšími zábavnými atrakciami s vyvrcholením v podobe **koncertu kapely IMT Smile**.

Keďže išlo o outdoorový event, agentúra sa pripravila na všetky varianty počasia a event navrhla **na miestnom futbalovom štadióne**, v rámci ktorého priestorov bol vybudovaný vďaka stanovému prekrytiu mini festival, ktorý odolá aj nepriaznivému počasiu. Agentúra zároveň vedela využiť existujúce okolité budovy ako zázemie pre catering, organizačný tím a VIP hostí.

**Agentúre sa podarilo do konceptu získať partnerov, ako napr. HYZA, Kofola, Zlatý Bažant či Algida**, vďaka čomu klient ušetril nie málo financií a starostí.

### REALIZÁCIA

*Realizácia eventu si vyžiadala dôkladnú trojmesačnú prípravu, počas ktorej agentúra na dennej báze komunikovala so subdodávateľmi, aby zabezpečila bezproblémový chod podujatia.*

Hlavným námetom bola **rodinná olympiáda**, ktorá si kládla za cieľ spojiť rodiny s deťmi, aby sa spoločne zabávali. Tá pozostávala z piatich olympijských stanovišť, po ktorých absolvovaní bol každý zoradený do zlosovania o rodinnú dovolenku. Keďže bola očakávaná **účasť cez 3 000 ľudí**, agentúra musela myslieť na všetkých, preto pripravila množstvo ďalších zábavných atrakcií, bohatý moderovaný program na hlavnom pódium, ktorý **vyvrcholil koncertom kapely IMT Smile**. Dôležitou súčasťou bolo zabezpečenie cateringu pre takéto množstvo ľudí, ktoré agentúra zabezpečila ôsmymi výdajnými stánkami s rôznou ponukou jedál (špeciálne detské menu, vegetariánske jedlá).

Práve očakávaný záujem o catering najmä v úvodných hodinách bolo potrebné vyriešiť rýchlym a bezproblémovým výdajom jedál a nápojov. Ten agentúra vyriešila vymyslením **systému bezhotovostnej platby, ktorý výrazne zefektívnil a skrátil čakanie**.

Organizácia samotného eventu si vyžiadala nonstop prítomnosť 4-členného tímu, ktorý operatívne pracoval na jednotlivých stanovištiach a dohliadal na hladký priebeh programu.

# DUSLO

Zamestnanecký deň 2016

## VÝSLEDKY

*Práve budovanie pozitívneho vzťahu k fabrike, ktorá má dopad na ekonomickú situáciu mesta, ale aj väčšiny jeho obyvateľov, je pre podnik mimoriadne dôležité.*

Event sa zapísal **pozitívnu emóciou** nielen u zúčastnených zamestnancov a ich rodinných príslušníkov, ale aj obyvateľov Šale, ktorých životy Duslo ovplyvňuje už desaťročia.

Agentúra si bezprostredne po evente zmerala mieru spokojnosti, ktorú zúčastnení ocenili ako „**najlepší zamestnanecký deň doposiaľ**“.

Ďalším meraním sme zistili **zvýšenie lojality** zúčastnených voči podniku.

Agentúre sa podarilo splniť aj **finančný cieľ** klienta, kedy cena prepočítaná na jedného účastníka neprekročila sumu 20 eur.



