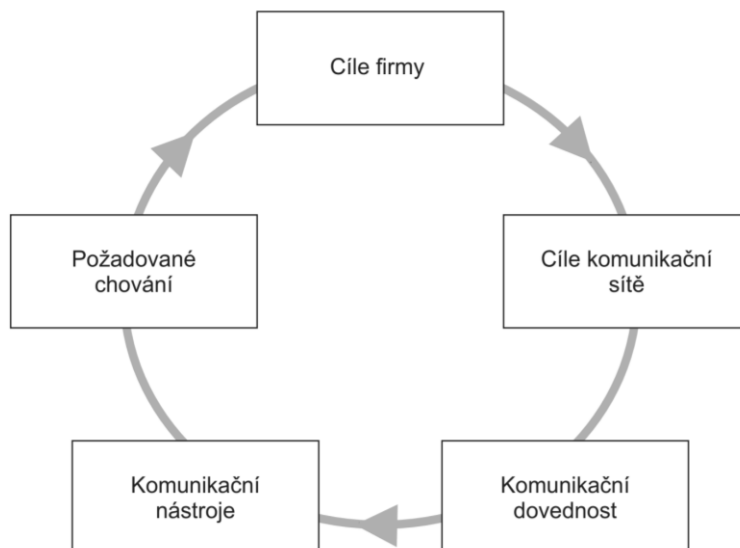


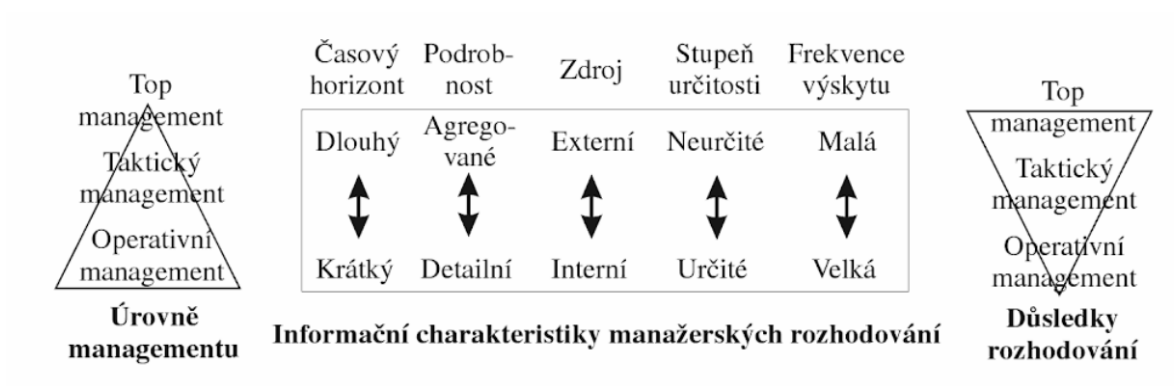
Přílohy

Příloha č. 1: Vnitropodnikový komunikační proces



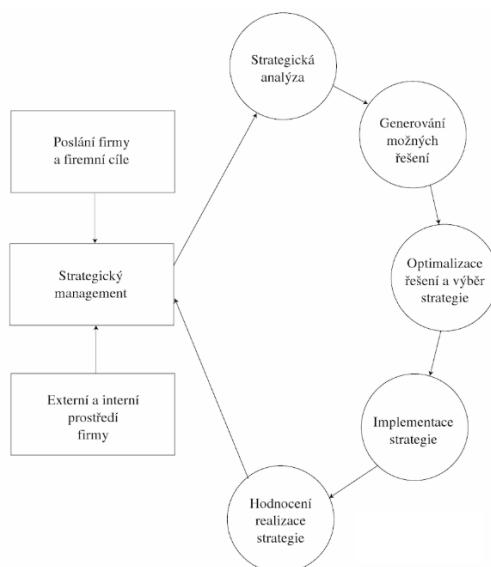
Zdroj: Janda, 2003, s. 14

Příloha č. 2: Úrovně managementu



Zdroj: Keřkovský a Vykpěl, 2002, s. 5

Příloha č. 3: Proces strategického řízení



Zdroj: Keřkovský a Vykypěl, 2002, s. 7

Příloha č. 4: Příklad komunikačního plánu

	Cíle	Nástroje	Období	Odpovědnost	Zpětná vazba
Novoroční meeting	zhodnocení uplynulého období, cíle na nové období	formální prezentace a neformální program	začátek února	vedení	zaměstnanecký průzkum po novoročním meetingu
Pravidelné porady vedení	informovanost, kontrola stavu projektů a hodnocení	porady	začátek každého měsíce	vedení a konkrétní manažeři	shrnutí a kontrola porozumění
Roční hodnocení spokojenosti zaměstnanců	zhodnocení spokojenosti zaměstnanců	intranet	leden	personalista	zhodnocení významu průzkumu zaměstnanci

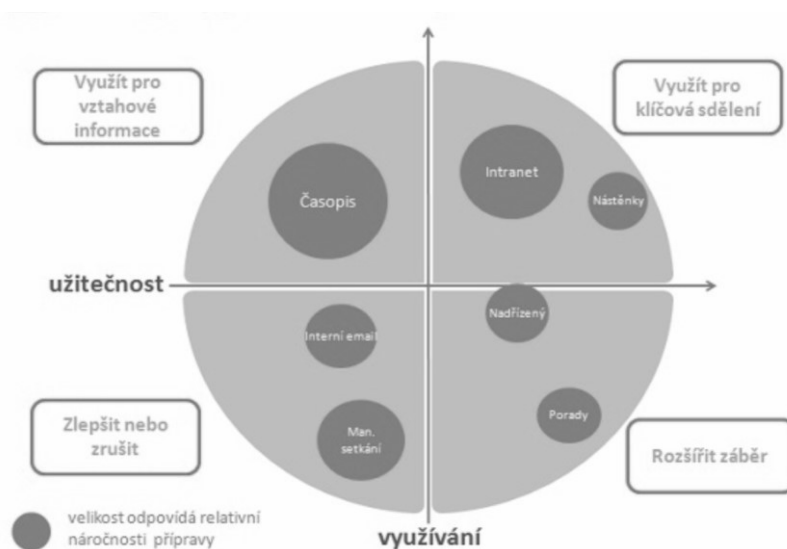
Zdroj: autor na základě Holé, 2011, s. 130 a 131

Příloha č. 5: Hierarchizace otázek v Gallup Workplace Audit

Mám v práci příležitost učit se a rozvíjet se?
Mluvil jsem s někým během posledních 6 měsíců o pokroku, který jsem udělal?
Mám v práci nejlepšího přítele?
Dbají mi spolupracovníci na to, abych dělal svou práci kvalitně?
Mám z celkového smyslu a zaměření podniku, pro nějž pracuji, pocit, že je má práce důležitá?
Bere se v práci můj názor vážně?
Je v práci někdo, kdo podporuje můj rozvoj?
Dává mi můj nadřízený nebo někdo jiný najevo zájem o mne jako osobu?
Dostalo se mi během posledních 7 dnů za mou práci chvály nebo uznání?
Mám každý den možnost, abych dělal, co mi jde nejlépe?
Mám veškeré vybavení k tomu, abych mohl svou práci vykonávat dobře?
Vím, co přesně se ode mě v práci očekává?

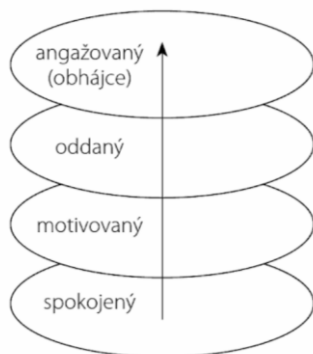
Zdroj: autor na základě Lozničákové, 2003

Příloha č. 6: Rozhodovací schéma při vyhodnocování účinnosti komunikačních nástrojů



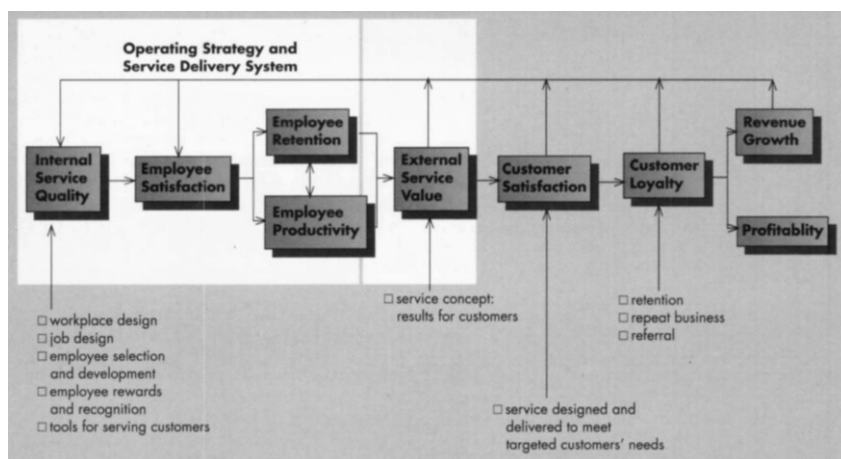
Zdroj: Kovaříková, 2013

Příloha č. 7: Model angažovanosti zaměstnanců



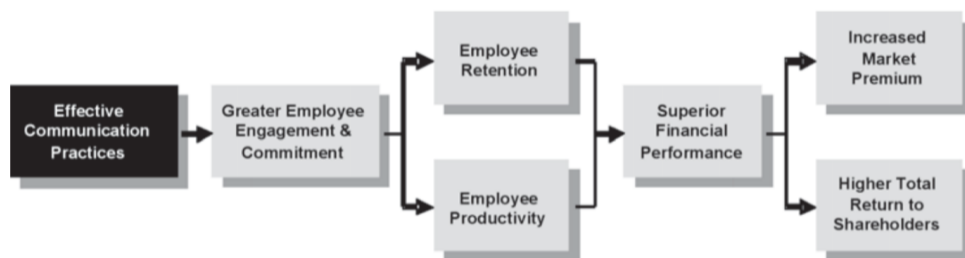
Zdroj: Horváthová aj., 2016, s. 32

Příloha č. 8: Důsledky spokojenosti zaměstnanců



Zdroj: Hesett aj., 1994, s. 166

Příloha č. 9: Důsledky efektivní vnitropodnikové komunikace podle Communication Return on Investment Study



Zdroj: Yates, 2006, s. 72

Příloha č. 10: Podnikové hodnoty Vodafone Way

The Vodafone Way

Admiration

What customers must feel...

What customers will see...

Because we operate with...

Customer obsessed Innovation hungry Ambitious and competitive One company, local roots

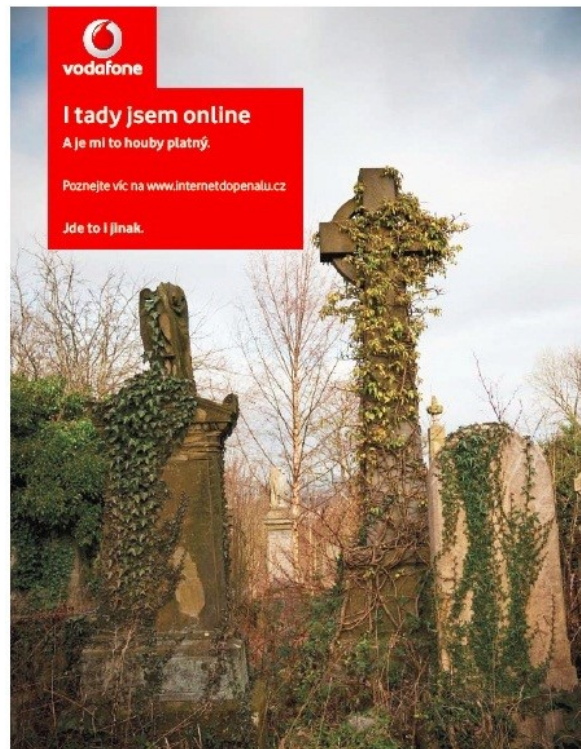
Speed Simplicity Trust

July 2009 Internal Communications Toolkit

<p>Customer Obsessed We are passionate about exceeding customer expectations.</p> <ul style="list-style-type: none"> We bring the customer experience into every decision We listen and ask questions, to understand our customer's needs We go above and beyond to make customers feel important and valued We enable others to exceed customer needs <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Abdicate responsibility for resolving customer issues Focus on internal issues, at the expense of the customer experience 	<p>Innovation Hungry We create and deliver new products, services and ways of working that delight our customers</p> <ul style="list-style-type: none"> We come up with new ideas to make things better We test out new ideas continuously with customers We know what we're trying to achieve and change our approach when the old way isn't working We share failures and mistakes to ensure others learn from them <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Resist change and new ways of doing things Let existing systems and processes prevent improved ways of working 	
<p>Ambitious & Competitive We bring energy and passion to our work and always aim to beat the competition</p> <ul style="list-style-type: none"> We know what competitors are offering, and how Vodafone compares We show a can-do attitude, and believe in challenging and developing ourselves We inspire and encourage others to believe in themselves and achieve more We create pride in Vodafone accomplishments and celebrate our achievements <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Compete internally in a way that undermines overall Vodafone goals Avoid a challenge which pushes us outside of our comfort zones 	<p>One Company, Local Roots We work across Vodafone to achieve the best outcome for customers, employees and shareholders</p> <ul style="list-style-type: none"> We work across functions to solve problems We value and seek out diverse perspectives We actively seek and adopt best practices from across the Vodafone Group We share information for the benefit of the wider organisation <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Reinvent the wheel Become over-protective of our own area 	
<p>Speed We dive speed to market. We relentlessly prioritise and pursue the outcomes that matter to our business.</p> <ul style="list-style-type: none"> We plan and organise to move forward quickly We make decisions and respond to resolve issues immediately We work with pace and energy We engage the right people to deliver quick solutions <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Get caught up with unnecessary processes and procedures Commit to speed at the expense of quality or safety 	<p>Simplicity We make things simple for our customers, partners and colleagues</p> <ul style="list-style-type: none"> We challenge whatever is not simple, efficient or cost effective We communicate in a clear and simple way We seek simple solutions to everyday problems <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Avoid the obvious and simple solution Over-complicate things 	<p>Trust We act with honesty, integrity and fairness, are reliable to deal with and value the trust and confidence placed in us</p> <ul style="list-style-type: none"> We deliver on our promises and expect others to do the same We listen to and respect each other We are honest and open even when it is difficult We challenge when we need to <p>We never...</p> <ul style="list-style-type: none"> Say one thing and do another Promote trust at the expense of checks and balances

Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 11: Závěrečná stránka firemního časopisu KariCurry



Zdroj: Michl, 2012

Příloha č. 12: Vodafone News – webové rozhraní mobilní aplikace

Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 13: Newsletter z března roku 2018

Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 14: Sdělení na monitorech představující benefity pro novopečené tatínky



Novopečeným tatínkům ve Vodafone po celém světě dáváme od 1. dubna 10 dní volna.

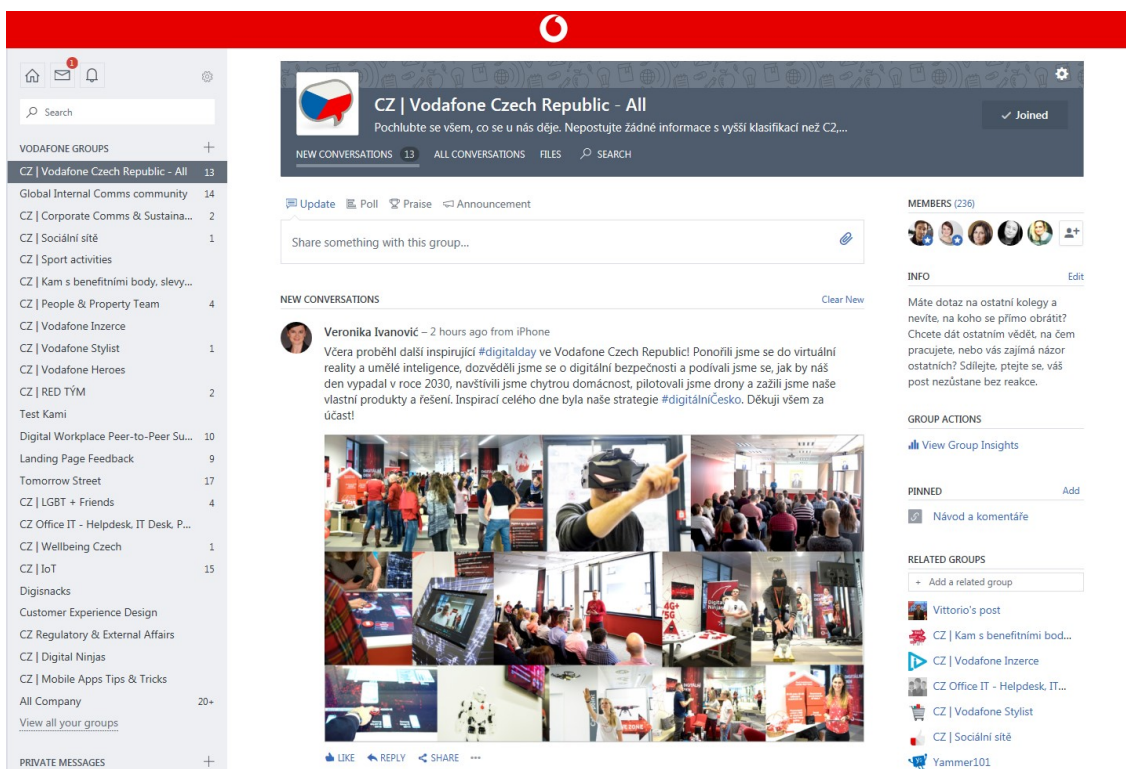
Budoucnost je úžasná.
Ready?

Užijte si narození miminka



Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 15: Profil Vodafone na sociální síti Yammer




CZ | Vodafone Czech Republic - All
Pochlubte se všem, co se u nás děje. Nepostupujte žádné informace s vyšší klasifikací než CZ...

Update Poll Praise Announcement

Share something with this group...

NEW CONVERSATIONS Clear New

Veronika Ivanović – 2 hours ago from iPhone
Včera proběhla další inspirující #digitalday ve Vodafone Czech Republic! Ponořili jsme se do virtuální reality a umělé inteligence, dozvěděli jsme se o digitální bezpečnosti a podívali jsme se, jak by náš den vypadal v roce 2030, navštívili jsme chytrou domácnost, pilotovali jsme drony a zažili jsme naše vlastní produkty a řešení. Inspiraci celého dne byla naše strategie #digitálníČesko. Děkuji všem za účast!



MEMBERS (236)

INFO Edit
Máte dotaz na ostatní kolegy a nevíte, na koho se přímo obrátit? Chcete dát ostatním vědět, na čem pracujete, nebo vás zajímá názor ostatních? Sdílejte, ptejte se, váš post nezástane bez reakce.

GROUP ACTIONS
View Group Insights

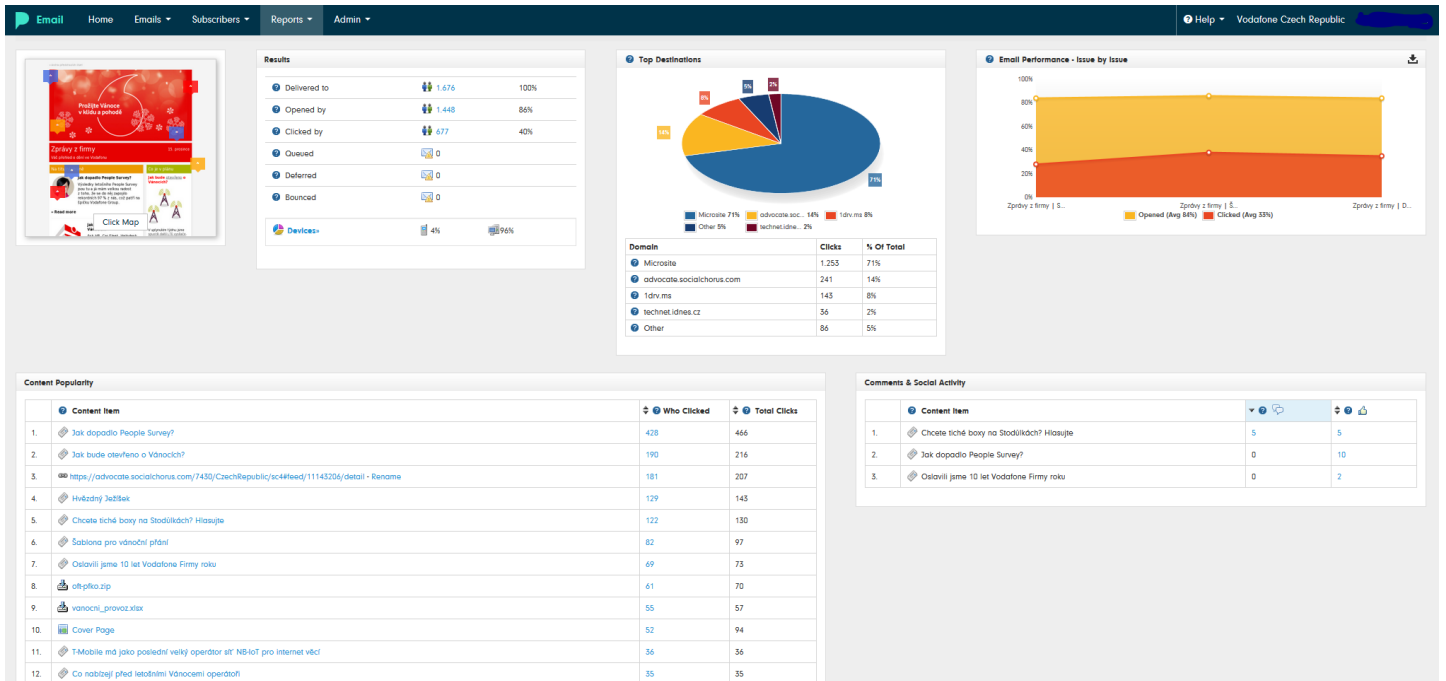
PINNED Add
Návod a komentáře

RELATED GROUPS
Add a related group

- Vittorio's post
- CZ | Kam s benefitními bod...
- CZ | Vodafone Inzerce
- CZ Office IT - Helpdesk, IT...
- CZ | Vodafone Stylist
- CZ | Sociální síť
- Yammer101

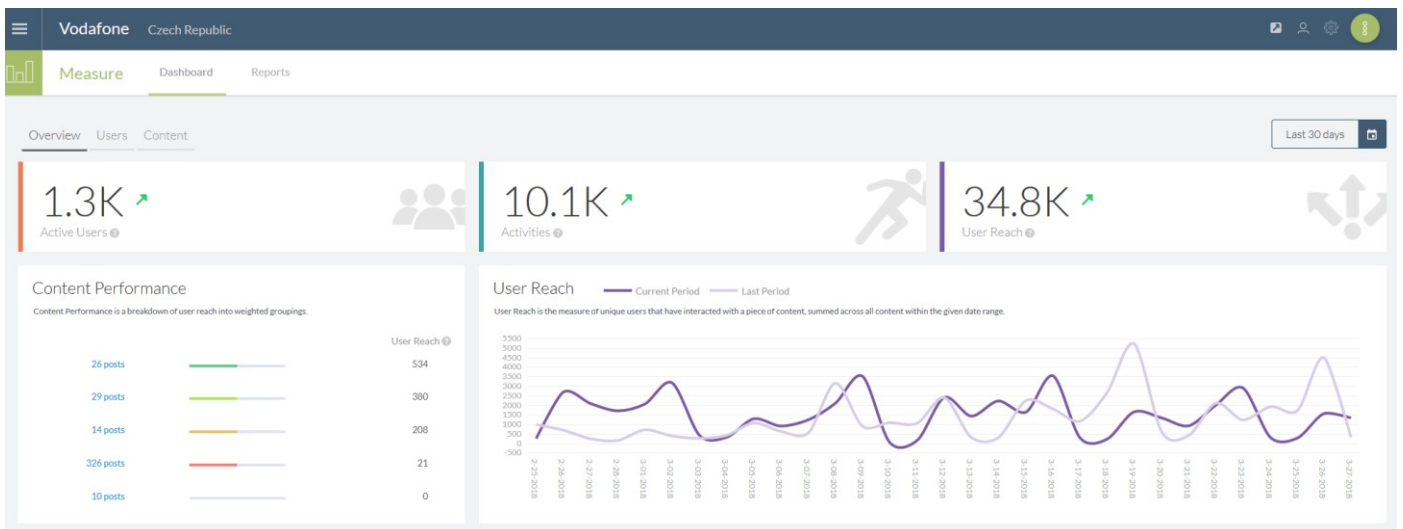
Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 16: Vyhodnocení účinnosti newsletteru



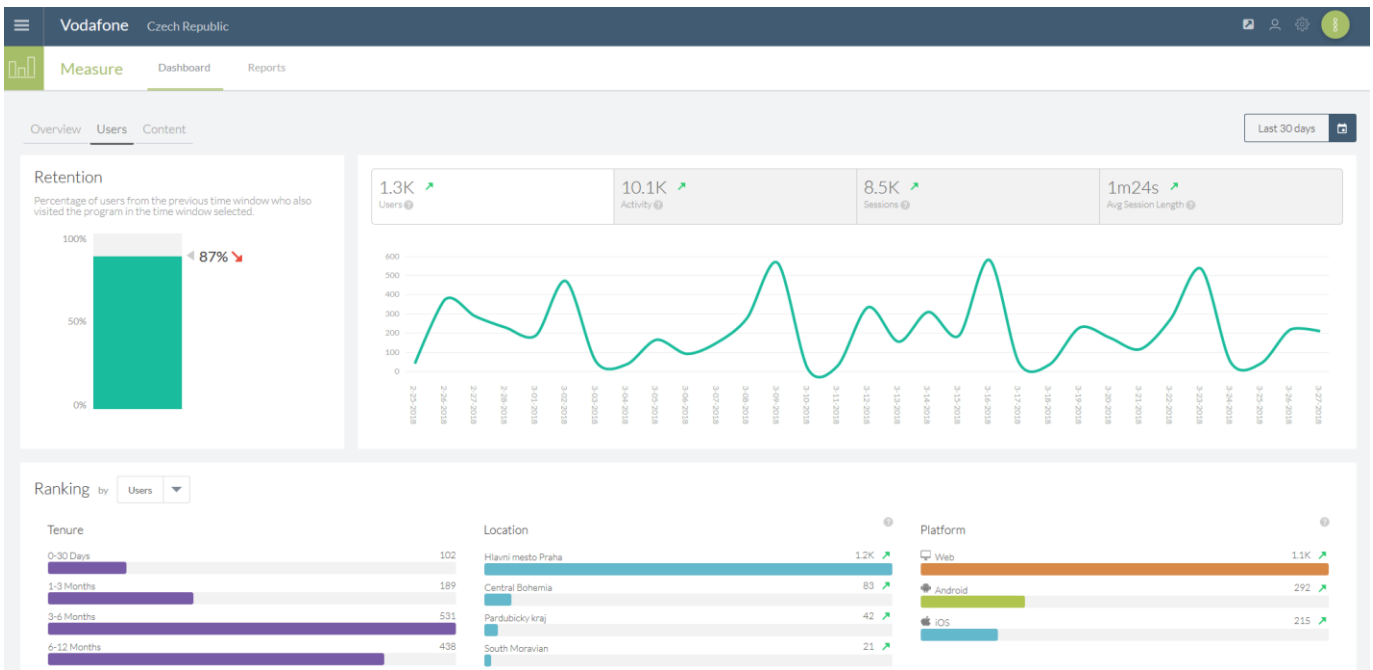
Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 17: Vyhodnocení účinnosti mobilní aplikace Vodafone News – celkové výsledky



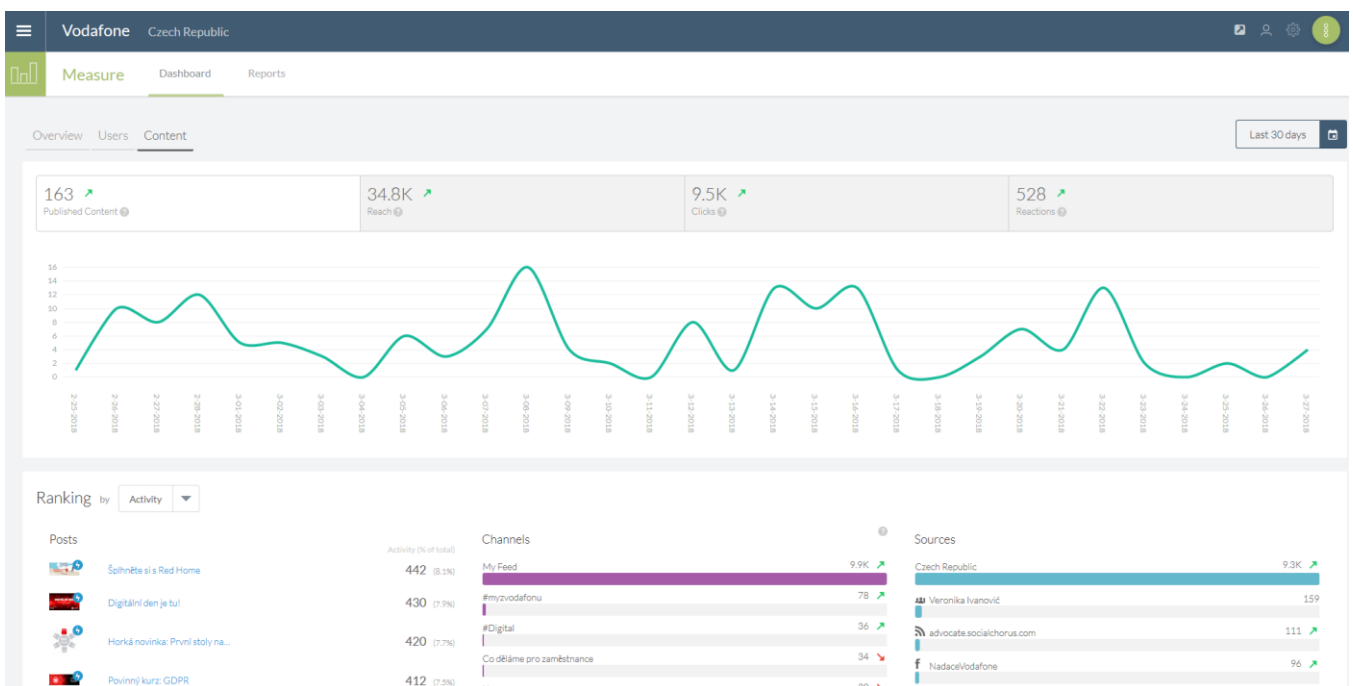
Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 18: Vyhodnocení účinnosti mobilní aplikace Vodafone News – uživatelé



Zdroj: Skálová, 2018

Příloha č. 19: Vyhodnocení účinnosti mobilní aplikace Vodafone News – obsah



Zdroj: Skálová, 2018

***Příloha č. 20: Struktura rozhovoru s ředitelkou oddělení interní komunikace
Vodafone Kamilou Skálovou***

Otázka č. 1: Jaké jsou kompetence oddělení interní komunikace ve Vaší firmě? Existuje nějaký interní předpis, který by je upravoval? Pokud ne, jak jste se jako nová ředitelka oddělení dozvěděla o tom, co je náplní Vaší práce?

Otázka č. 2: Jaká je Vaše běžná pracovní náplň?

Otázka č. 3: Kolik Vaše firma zaměstnává lidí? Jak vypadá Vaše organizační struktura? Na které skupiny zaměstnanců Vaše komunikace cílí?

Otázka č. 4: Jaké má Vodafone poslání? Vztahuje se jeho poslání i k zaměstnancům, případně k oblasti vnitropodnikové komunikace?

Otázka č. 5: Jak byste definovala Vaši podnikovou kulturu. Na svých internetových stránkách o sobě hovoříte jako o společnosti s příjemným pracovním prostředím a neformální atmosférou založenou na vzájemné spolupráci. Můžete to rozvést?

Otázka č. 6: Jak se do strategie vnitropodnikové komunikace prolíná podniková strategie?

Otázka č. 7: Analyzujete nějak faktory ve firmě a v jejím okolí, které by mohly mít vliv na vnitropodnikovou komunikaci?

Otázka č. 8: Můžete vyjmenovat konkrétní cíle, které by v současnosti měla interní komunikace naplňovat, popřípadě uvést, kterými změnami v blízké minulosti prošla?

Otázka č. 9: Můžete vyjmenovat konkrétní komunikační nástroje, které používáte? Jaká je jejich funkce v komunikační strategii, které zaměstnance oslovují, jaké jsou jejich cíle a jak se vyhodnocuje jejich účinnost?

Otázka č. 10: Vyhodnocujete, zda se Vám vrátí investice, které vynakládáte na rozvoj své komunikační infrastruktury?