

Makro ČR slaví úspěch s kampaněmi, které staví zaměstnance do hlavní role

Praha 12. září 2025 – Multikanálový velkoobchod makro ČR ukazuje, že i firemní komunikace může být hravá, inovativní a účinná zároveň. V prestižní soutěži Zlatý středník se letos prosadily hned dva projekty z oddělení People & Culture makro ČR – employer branding kampaň „m“ a vzdělávací program Nejsem DIGI ■ SAURUS. Porotu zaujaly svou kreativitou, autenticitou a jasně měřitelnými výsledky. Jeden z nich získal speciální ocenění poroty, druhý se umístil mezi šestici nejlepších kampaní.

„To, že jsme uspěli se dvěma odlišnými projekty, potvrzuje šíři a kvalitu naší interní i externí P&C komunikace. Kampaň „m“ posiluje značku makro jako atraktivního a stabilního zaměstnavatele. Projekt Nejsem DIGI ■ SAURUS bourá digitální bariéry a pomáhá našim kolegům růst. Oba projekty dokazují, že lidé jsou pro makro skutečně na prvním místě,“ říká Daniela Hrbková, ředitelka People & Culture makro ČR.

Kampaň „m“: autentická firemní kultura v hlavní roli

Employer branding kampaň „m“ zaujala porotu, která ji v soutěži udělila cenu **Top Rated**. Makro ČR projekt odstartovalo v roce 2023 interní částí a na podzim téhož roku se rozšířil i externě. Jeho cílem bylo představit makro jako atraktivního zaměstnavatele, posílit hrdost stávajících zaměstnanců a zároveň přilákat nové uchazeče.

- Do přípravy a realizace kampaně se zapojilo více než **100 zaměstnanců**, kteří se stali ambasadory značky.
- Nová kampaňová videa dokoukala více než polovina diváků.
- Nové kariérní stránky **zkustovmakro.cz** navštívilo o **25 % více uchazečů** než v předchozím roce.
- Kampaň získala více než 9 milionů zobrazení.

Nejsem DIGI ■ SAURUS: mezi šestici nejlepších kampaní v kategorii Interní komunikace a employee engagement

Projekt „**Nejsem Digisaurus**“ společnost spustila v roce 2024 a během první fáze oslovil více než **300 zaměstnanců centrály makro ČR**. Využívá metaforu „cesty z pravěku“ a srozumitelnou formou pomáhá lidem osvojit si digitální nástroje, které zefektivňují práci a zvyšují jejich sebevědomí. Vzdělávání kombinuje **e-learningové moduly, praktické workshopy a videa**, do nichž se zapojili sami zaměstnanci. Díky přístupné a hravé formě získal program velmi pozitivní zpětnou vazbu – více než **80 % účastníků** uvedlo, že se cítí jistější při používání firemních nástrojů. V současné době probíhá další fáze projektu, která se zaměřuje především na kolegy v provozech a distribučním centru.

Velkoobchod **makro ČR** dlouhodobě poskytuje své služby v prodeji potravinářského i nepotravinářského sortimentu. Za 27 let existence na českém trhu se **makro ČR** stalo silným a důležitým partnerem restaurací, hotelů a stravovacích zařízení (HoReCa) i nezávislých obchodníků (Traders). **Makro ČR** má po celé České republice přes 650 000 zákazníků, kteří těží z unikátního multikanálového mixu velkoobchodu. Zákazníci si mohou vybrat, zda budou zboží nakupovat v jednom z velkoformátových obchodů nebo si je nechají doručit – vše za pomoci digitálních řešení. Mimo to je **makro ČR** důležitým hráčem na poli udržitelnosti. Díky iniciativě **České pole** se **makro ČR** snaží do české gastronomie vrátit a rozvíjet tradiční produkty českého zemědělství a společně usilovat o jejich místo v české kultuře i gastronomii.

Makro ČR je součástí globální sítě METRO AG se zastoupením ve více než 30 zemích. Společnost METRO má po celém světě přes 17 milionů zákazníků, kteří mohou využít velkoformátových obchodů. Více informací naleznete na: <https://www.makro.cz/>

Pro více informací kontaktujte:

Nikola Formanová

Vedoucí komunikace makro ČR

tel.: +420 603 850 320

e-mail: nikola.formanova@makro.cz

www.makro.cz

www.facebook.com/makro.cz

www.linkedin.com/company/makro-cr/