

## **Abstrakt**

Interní komunikace je pro každou společnost naprosto zásadní, informovaný zaměstnanec, mající pocit integrity, tedy že je nedílnou součástí firmy – rovná se spokojený zaměstnanec, který je produktivní a loajální, což organizaci přináší výsledky nejen z pohledu výkonu, ale i šíření dobrého jména její značky, ať už jakožto prodejce či jako zaměstnavatele. Předkládaná diplomová práce se zabývá problematikou interní komunikace v konkrétní retailové společnosti působící na českém trhu vůči jejím zaměstnancům pracujícím na prodejních pobočkách, kteří představují téměř 90 % všech jejích zaměstnanců. Hlavní problém je, že tito zaměstnanci nemají k dispozici firemní telefon ani počítač a je zde tak absence efektivního on-line kanálu interní komunikace. Řešení by mohla přinést zaměstnanecká aplikace, kterou by si mohli zaměstnanci instalovat na svůj soukromý telefon a kterou má společnost v plánu v nejbližší době implementovat. Práce si za svůj hlavní cíl klade zjistit, zda jsou zaměstnanci této aplikaci nakloněni, o čem by měla informovat a jakými funkcemi by měla disponovat, aby ji opravdu využívali. Dalšími cíli práce pak bylo zhodnotit spokojenost se stávajícími kanály interní komunikace se zaměřením na interní časopis. Pomocí dotazníkového šetření, kterého se zúčastnil vzorek 313 zaměstnanců prodejen vyšlo najevo, že 76 % z nich by zaměstnaneckou aplikaci uvítalo, dle jejich názoru by měla informovat nejvíce o benefitech a personálních záležitostech, provozních informací týkajících se každodenní operativy prodejen a součástí by měl být docházkový systém pro plánování směn a přístup k výplatním páskám.