People Innovation

PEOPLE INNOVATION

Najlepsze projekty HR w Polsce

Organizatorzy:

SMARTLUNCH hrlink.pl goldenline

Spis treści

Jak to się zaczęło? Czyli o idei konkursu People innovation 4
Artur Dzięgielewski, HR Manager w SmartLunch

Innowacje nas napędzają - wywiad z Mateuszem Tałpaszem, CEO SmartLunch 7

Organizatorzy konkursu i konferencji People Innovation 11

Innowacje w służbie rekrutacji 12
Alina Michałek

Aplikacja mobilna Hexar dla pracowników Wielton S.A. 15
Amanda Wojtal

Docenianie ma moc, czyli o kulturze i relacjach w Allianz Partners 19
Michał Szefer

Dotykam i wygrywam życie - różowy październik dla Kasi i Eli 22
Anna Tatur-Łągiewka

Kobiety WłączOne w technologie 26
Renata Szatecka, Edyta Pawlik

HR na cyfrowych torach 30
Katarzyna Nowak

Całym sobą poczuj FLOW 33
Anna Szlawska-Witczak

Projekt i budowa maszyny FS 120 37
Łukasz Jezusek

Usprawnienie komunikacji wewnętrznej w Ministerstwie Klimatu i Środowiska (MKiŚ) 41
Kamil Rodzik

Lider w świecie VUCA 45
Joanna Walczak

Potrzeba zmiany i cele projektu Manager of Choice 49
Anita Koralewska-Ratajczak

Plebiscyt Wartości Deviniti na obchody piętnastolecia istnienia firmy 52
Renata Iwaniec

FP-owy dobrostan na wynos 56
Monika Woźnica

Rozwijaj się z North, czyli oswajanie pracowników z nowym wizerunkiem 59
Aleksandra Fijołek

GROW PGO – Wyjdź sobie naprzeciw 62
Aleksandra Łozowska

Digitalizacja procesów HR i zmiana kultury komunikacji w firmie 65
Katarzyna Budzik

Przede wszystkim ludzie — procesy HR elastycznie dostosowane do zespołu, od preboardingu po outplacement 69
Anna Kaznodziej, Patrycja Białooka

#BezpiecznizIntrum w pandemii, czyli jak skutecznie dbać o pracowników w czasach kryzysu 73
Agnieszka Surowiec

Preboarding – nowe podejście Objectivity do komunikacji z kandydatami, którzy przyjęli ofertę i czekają na swój pierwszy dzień pracy 77
Wojciech Filipkowski

PGS Software S.A. Learning & Development – focus na rozwój 80
Sylwester Zimon, Patrycja Dacko

Ścieżki kariery z TRAFFIT Pathways 83
Anika Osmólska

Jak budować zaangażowanie, nawet jeśli nie masz budżetu? 87

Co dalej? Czyli kilka słów o kolejnej edycji People Innovation 97

JAK TO SIĘ ZACZĘŁO?

Czyli o idei konkursu People Innovation

Mogłoby się wydawać, że już bardzo dawno temu zostałem laureatem konkursu Top HR Manager in Action, a tak naprawdę miało to miejsce w 2019 roku. Choć wtedy nie wygrałem, to udział w tym wydarzeniu okazał się kluczowy pod wieloma względami. Emocje, radość, wsparcie mojego zespołu w SmartLunch, stres przed wystąpieniem — wspomnienie tamtego dnia wciąż jest we mnie żywe. Zgłoszony wówczas przeze mnie projekt "System pochwał pracowniczych", wdrożony w jednej z firm, w której pracowałem, był na tamte czasy innowacyjnym rozwiązaniem. Co więcej, został pozytywnie przyjęty przez kapitułę konkursową, dzięki czemu trafił do piątki najlepszych projektów w konkursie.

Już wtedy postanowiłem, że sam kiedyś zorganizuję konkurs promujący dobre praktyki w obszarze kapitału ludzkiego w organizacjach. Myślę, że to był zalążek People Innovation, choć wtedy nie znałem jeszcze ani nazwy, ani założeń przyszłego eventu. I tak krok po kroku, dzień po dniu, idea People Innovation powoli się materializowała. Potrzebowałem jedynie ludzi, którzy wesprą ten projekt. Wiedziałem, że SmartLunch to firma, która wspiera innowacyjne rozwiązania, dlatego postanowiłem swoim pomysłem podzielić się z CEO SmartLunch — Mateuszem Tałpaszem. Jego odpowiedź była jednoznaczna - "działamy!". Do współpracy postanowiłem również zaprosić partnera. 6 grudnia 2020 roku wspólnie z CEO HRlink i Goldenline, Arkadiuszem Kuchto doszliśmy do porozumienia, że wspólnie zorganizujemy to wydarzenie.

Kolejne miesiące upłynęły na intensywnej pracy polegającej na rozwinięciu i doprecyzowaniu założeń, celów i rezultatów, jakie chcemy osiągnąć. To również była praca nad kwestiami prawnymi wydarzenia, przygotowaniem odpowiedniej dokumentacji, treści i grafik na stronę internetową oraz na social media. Na jednym ze spotkań na początku 2021 roku wykrystalizowała się wizja całości, ramy czasowe oraz nazwa wydarzenia — People Innovation. I teraz wiem, że to był dobry wybór. W lutym prace ruszyły pełną parą, powstała strona internetowa, dokumentacja prawna, grafiki, zebrałem członków kapituły, pozyskane zostały nagrody oraz partnerzy medialni. Działaliśmy sprawnie, by w maju 2021 oficjalnie wystartować z konkursem.

Zdążyliśmy! Rakieta People Innovation została odpalona. I z dumą mogę powiedzieć, że leciała do góry, choć czasami trochę pod wiatr. Od lipca liczba nadesłanych formularzy konkursowych zaczęła rosnąć i nastała radość, bo...

… zostało zgłoszonych 58 projektów. Jako pomysłodawca i organizator People Innovation nie ukrywam, że skakałem z radości. To ogromny sukces jak na pierwszą edycję. Poziom projektów — wysoki. Stanęliśmy przed wyzwaniem — wyborem półfinałowej dwudziestki. Nie było prosto, ale po kilkudniowych obradach, mogliśmy powiedzieć: „Mamy to!". Kolejnym krokiem był wybór finałowej dziesiątki. W ciągu dwóch dni kapituła konkursowa wysłuchała dwudziestu inspirujących prezentacji, z których wybranych zostało 10 finalistów. Muszę przyznać, że decyzja o tym, kto zaprezentuje się podczas gali finałowej 12 października 2021 roku, nie była prosta. Ostatecznie jednak udało się wyłonić najlepsze projekty, choć wybór był trudny ze względu na ich dużą różnorodność. Niejednokrotnie pytano mnie: „Jaki projekt mam zgłosić do konkursu? Przecież ja nic innowacyjnego nie wdrożyłem/wdrożyłam w swojej organizacji". Odpowiadałem: „Innowacja to niekoniecznie rewolucyjna zmiana na miarę zautomatyzowanych rozwiązań, opartych na sztucznej inteligencji. Najważniejsze, by ta zmiana pozytywnie wpływała na kapitał ludzki".

Jakich zatem projektów szukaliśmy? Przykłady poniżej:

- wprowadzenie ciekawego benefitu dla pracowników,
- dokonanie istotnych zmian w rozwoju kadry,
- nowy, korzystniejszy system premiowania pracowników biurowych lub produkcyjnych,
- ciekawy sposób usprawnienia komunikacji w firmie,
- dostosowanie funkcjonowania zespołu do pracy zdalnej/hybrydowej,
- usprawnienie obiegu dokumentacji kadrowo-płacowej,
- uwalnianie kapitału pracowników poprzez angażowanie ich w rozwój innych osób z firmy.

Na co zwracaliśmy uwagę przy wyborze półfinalistów i finalistów? Kryteriów było kilkanaście, m.in. zgodność projektu z założeniami konkursu, odpowiednie zakomunikowanie projektu zespołowi, kanały promocji wprowadzanej zmiany, spójność przyjętych założeń projektu z osiągniętymi celami, poziom zaangażowania pracowników organizacji przez autora projektu, wpływ osiągniętych rezultatów na zarządzanie kapitałem ludzkim w organizacji, korzyści dla organizacji ze zrealizowanego projektu. Mimo jasno sprecyzowanych zasad oceny wybór nie był prosty ze względu na wysoki poziomu zgłoszonych projektów. Co, nie ukrywam, bardzo mnie cieszy.

Dziś, kiedy znamy zwycięzców, a właściwie zwyciężczynie I edycji konkursu People Innovation, mogę powiedzieć, że całe wydarzenie traktuję jako sukces. People Innovation to szansa na rozwój, ale i ogromne możliwości nawiązania nowych, inspirujących relacji. Jedyne, nad czym ubolewam, to fakt, że całe wydarzenie odbyło się online, ale tego wymagały względy bezpieczeństwa.

Zadaję sobie pytanie — czy zrealizowałem marzenie? Mogę z perspektywy czasu śmiało odpowiedzieć, że tak. People Innovation jest tym, co chciałem osiągnąć w 2019 roku, gdy idea narodziła się w mojej głowie. Oczywiście wiemy już, co zostało zrobione dobrze, a nad czym powinniśmy popracować w przyszłości, co zmienić, co zorganizować lepiej. Wyciągnęliśmy odpowiednie wnioski.

Z pewnością mogę już teraz podziękować wszystkim, którzy pracowali przy tym projekcie, gdyż są jego częścią i mieli wpływ na końcowy sukces wydarzenia. Największe podziękowania kieruję w stronę Magdaleny Klimek ze SmartLunch, której ogromne zaangażowanie w projekt przyczyniło się do jego pozytywnego zakończenia i od której mogłem czerpać dużo wiedzy i inspiracji. Dziękuję również Mateuszowi Tałpaszowi za zaufanie, jakim mnie obdarzył, podejmując decyzję o realizacji People Innovation. Jeszcze raz — dziękuję wszystkim.

I już zupełnie na koniec. Zasoby ludzkie to największy kapitał każdej organizacji. Bez człowieka żaden pracodawca nie będzie mógł istnieć i rozwijać swojego potencjału. Dbajcie zatem o ludzi, wprowadzajcie zmiany, które spowodują, że będą oni chcieli u Was pracować. I co najważniejsze — pochwalcie się tymi projektami w II edycji konkursu People Innovation 2022! Serdecznie Was zapraszam. Do zobaczenia za rok!

Artur Dzięgielewski | HR Manager w SmartLunch

Pomysłodawca i przewodniczący kapituły konkursu People Innovation. Twórca ogólnopolskiej inicjatywy HR Pogotowie, opiekun merytoryczny Klubu HR przy ICAN Institute, laureat konkursu Top HR Manager in Action 2019, Topowy Głos Polskiego LinkedIn 2020, Ekspert ds. HR, autor treści o tematyce HR.

INNOWACJE NAS Nnapędzają

Z Mateuszem Tałpaszem, CEO SmartLunch — organizatorem i głównym sponsorem konkursu People Innovation rozmawia **Katarzyna Patalan.**

> **Katarzyna Patalan: Dwa lata temu firma SmartLunch otrzymała nagrodę Złote Skrzydła HR Innovations w kategorii najbardziej innowacyjnej usługi w branży HR. Czy innowacyjność to ważna wartość dla SmartLunch?**

Mateusz Tałpasz: Innowacyjność jest fundamentem naszej firmy. Towarzyszyła nam, gdy rozpoczynaliśmy działalność siedem lat temu i wciąż nas napędza. Od początku chcieliśmy zmieniać kulturę jedzenia w pracy i sposób organizacji zbiorowego żywienia. Gdy rozpoczęliśmy naszą działalność, byliśmy absolutną nowością. Takiego modelu biznesowego nie było, ani w Polsce, ani za granicą. Wspomniana już wielokrotnie innowacyjność była naszym błogosławieństwem i przekleństwem jednocześnie.

Błogosławieństwem, bo wdrażając nasze rozwiązanie, w realny sposób wpływaliśmy i nadal wpływamy, na zmianę organizacji przerwy i jedzenia w pracy. To dla nas priorytet. Okazało się, że możliwość zjedzenia smacznego i ciepłego posiłku w ciągu dnia pracy nie tylko szybko przypadła do gustu samym pracownikom, ale także zarządom firm i pracownikom działów HR, które dostrzegły realną wartość tego benefitu. A przekleństwem, bo byliśmy nowi, nikt nas nie znał i musieliśmy wykazać się ogromną determinacją, by przekonać do nas klientów. Trudność zniknęła, gdy przekroczyliśmy magiczną liczbę 50 firm, wówczas nabraliśmy rozpędu, a SmartLunch stał się rozpoznawalny na rynku. Natomiast innowacyjność wciąż z nami została i okazała się jedną z naszych głównych zalet. Dziś nie tylko jesteśmy największym dostawcą posiłków pracowniczych dofinansowywanych przez pracodawców, ale także skupiamy się na tym, by tworzyć nowe funkcjonalności. Mamy bardzo rozbudowany dział IT i produktu, bo realizacja nowych rozwiązań w obszarze naszego biznesu to siła napędowa całej organizacji.

KP: Wokół innowacyjności został zbudowany konkurs — People Innovation promujący ciekawe projekty z obszaru HR. Co zaważyło na tym, że SmartLunch stał się organizatorem i głównym sponsorem tego wydarzenia?

MT: Konkurs People Innovation to pomysł, z którym przyszedł do mnie nasz HR Manager, Artur Dzięgielewski. Świeżość i unikalność tego projektu przypadła do gustu nie tylko mi, ale także wspólnikom. Pomyśleliśmy, że firmy realizują masę bardzo ciekawych i wartościowych projektów adresowanych do swoich pracowników, a niewiele jest miejsc, w których mogą się nimi pochwalić (oczywiście poza mediami społecznościowymi, intranetem, czy firmową stroną). Chcieliśmy dać im tę przestrzeń i dziś już wiem, że to się udało.

Poza tym działamy w branży HR, dostarczamy innowacyjne rozwiązania w obszarze benefitów pracowniczych, zatem profil People Innovation doskonale wpisuje się w to, co robimy. Choć projekty zgłoszone do konkursu nie są projektami technologicznymi, to każdy z nich wiązał się ze zmianą, a my lubimy zmiany i chcemy je promować. Można powiedzieć, że jesteśmy swego rodzaju ambasadorami zmiany, bo pokazujemy, że warto udoskonalać procesy, warto zmieniać i kreować nowe rozwiązania. Takie działania niosą za sobą masę korzyści. Zależy nam na tym, aby firmy holistycznie dbały o pracowników, nie tylko dostarczając posiłki. Szerząc ideę dbania o dobrostan pracowników, doceniamy każdą zmianę, która ma pozytywny wpływ na kapitał ludzki w organizacji.

KP: People Innovation i towarzyszący wydarzeniu e-book to zbiór użytecznej i inspirującej wiedzy — w znacznej części wcześniej nieznanej rynkowi. Jak oceniasz konkursowe projekty?

MT: Przyznam, że nie wiedziałem, czego się spodziewać. Różnorodność złożonych projektów mnie zaskoczyła. Okazuje się, że pozytywne zmiany nie muszą wiązać się z zakrojonym na szeroką skalę programem za ogromne pieniądze. Czasem niewielkie zmiany z minimalnym budżetem przynoszą zaskakujące efekty. Kluczowy jest pozytywny wpływ na pracowników, procesy i organizację. Podsumowując — wszystkie są bardzo inspirujące.

KP: People Innovation promuje działania wpływające na usprawnienie pracy i polepszenie warunków jej wykonywania w bardzo szerokim aspekcie. SmartLunch jest dostawcą benefitu w postaci posiłków dla pracowników dofinansowywanych przez pracodawcę. Czy wdrażając tę usługę, zauważyliście, że zmienia ona codzienność pracowników i przekłada się na ich dobrostan?

MT: Zawsze podkreślam, że dofinansowanie posiłku to najbardziej wartościowy benefit, bo każdy z nas je, a spełnianie tej potrzeby w miejscu pracy wpływa korzystnie zarówno na pracownika, jak i pracodawcę. To też benefit, z którego pracownik korzysta kilkanaście razy w miesiącu, a ta częstotliwość przekłada się na organizację jego czasu pracy. Zatem pracownik je zdrowo i, co ważne, regularnie. Dostawy posiłków o konkretnej godzinie porządkują czas przerw. Pracownicy razem schodzą na posiłek, a to doskonała okazja do integracji. Potwierdzają to nasi klienci, którzy chętnie dzielą się swoimi spostrzeżeniami po wdrożeniu naszej usługi. Są wśród nich tacy, którzy korzystają ze SmartLunch od początku istnienia firmy. Co doceniają najbardziej?

Pracownicy nie muszą martwić się o to, co zjedzą w ciągu dnia, wiedzą, co i kiedy zostanie dostarczone, zatem mogą skupić się na swojej pracy. Co więcej, część pracowników zamawia posiłki także dla bliskich, tłumacząc, że w ten sposób oszczędzają czas, który mogą spędzić razem z bliskimi, czy poświęcić na swoje pasje. Zatem gotują dla przyjemności, a nie z przymusu.

KP: SmartLunch realizuje wiele różnych projektów skierowanych do HR, takich jak e-booki czy webinary. Od teraz także konkurs People Innovation. Czy możemy spodziewać się drugiej edycji?

MT: Oczywiście. Podjęliśmy się tego wyzwania, bo wiedzieliśmy, że przyniesie wartość rynkowi, na którym funkcjonujemy. My nie tylko karmimy pracowników, ale także promujemy kulturę jedzenia w pracy i dbałość o dobrostan pracowniczy. Zatrudniamy specjalistów z branży HR, ale także współpracujemy z szeregiem znanych i cenionych osób z tej branży. Jesteśmy największym ekspertem w zakresie żywienia pracowników, tak jak wspomniałem, mamy wiedzę i doświadczenie. Chcemy się tym dzielić z rynkiem i promować działania propracownicze, stąd nasze różnorodne projekty edukacyjne.

Już dziś myślimy o drugiej edycji People Innovation. Mile zaskoczyło nas tak duże zainteresowanie. Wpłynęło aż 58 projektów. Nie możemy wszystkich zaprezentować, ale za wszystkie jesteśmy wdzięczni, a te, o których piszemy w tym e-booku, z pewnością niejedną osobę zainspirują i zachęcą do działania. Zapraszamy do lektury e-booka i udziału w przyszłorocznym konkursie.

Mateusz Tałpasz | CEO SmartLunch

Prezes zarządu i pomysłodawca firmy SmartLunch, kieruje nią od momentu powstania w 2014 roku. Dzięki swojej działalności ułatwia dużym firmom organizację posiłków dla pracowników oraz tworzy produkty w oparciu o metodykę Customer Development. Jego ideą jest to, aby wszyscy pracownicy mogli mieć dostęp do posiłków SmartLunch.

ORGANIZATORZY KONKURSU I KONFERENCJI PEOPLE INNOVATION

SmartLunch

SmartLunch to lider w dziedzinie organizacji posiłków dla pracowników z dofinansowaniem pracodawcy. Firma stworzyła platformę, dzięki której pracownicy każdego dnia zamawiają posiłki, dostarczane prosto do ich miejsca pracy. Firma SmartLunch powstała w 2014 roku we Wrocławiu. Benefit pracowniczy od SmartLunch wspiera pracodawców w dbaniu o dobrostan pracowników. Posiłki od SmartLunch wpływają na wyższą efektywność pracowników oraz budowanie marki pracodawcy, jako tego, który dba o swoich pracowników i wspiera ich kondycję psychofizyczną. Obecnie z aplikacji korzysta blisko 400 firm, a co za tym idzie ponad 58 tys. pracowników.

HRlink

W HRlink doskonale wiedzą, że praca rekrutera jest pełna wyzwań i wymaga dużego zaangażowania. Dlatego od 2011 roku starają się uprościć wiele procesów. Stworzyli w tym celu zaawansowane rozwiązanie HR Tech, czyli system rekrutacyjny wspierający digitalizację zespołów i procesów HR związanych z rekrutacją, selekcją i onboardingiem. Wspierają i edukują pracowników HR cyklicznie wypuszczając merytoryczne i inspirujące e-booki czy webinary, pełne wiedzy o dobrych praktykach rekrutacyjnych i treści o aktualnych trendach z branży.

Goldenline

Goldenline to jeden z największych portali w Polsce skupiający wiele unikatowych profili kandydatów oraz pracodawców, a w samym serwisie codziennie pojawiają się wartościowe oferty pracy. Portal dba o rozwój kariery i kompetencji Polaków wspierając ich w rekrutacjach poprzez udostępnianie wartościowych, edukacyjnych treści. W skali miesiąca serwis odwiedzają prawie 3 miliony użytkowników. Wielu z nich chwali sobie duże możliwości personalizacji swojego profilu, dzięki czemu mogą być łatwiej dostrzeżeni przez potencjalnych pracodawców. Aktualnie trwa proces integracji obu platform, aby stworzyć komplementarne i unikatowe rozwiązanie biznesowe w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi w Europie Środkowej.

INNOWACJE W SŁUŻBIE REKRUTACJI

Artificial Intelligence, chatboty wykorzystujące uczenie maszynowe, czy nowe moduły systemów ATS (Applicant Tracking System) — to tylko niektóre z rozwiązań wykorzystywanych już dziś przez rekruterów, a liczba firm, które je wdrażają, sukcesywnie rośnie - przekonuje Alina Michałek, współorganizatorka konkursu z ramienia HRlink i Goldenline przy współudziale Arkadiusza Kuchto i Adama Piwka.

W niniejszym artykule Alina Michałek podkreśla, że technologie dedykowane branży HR dynamicznie się rozwijają i skutecznie wspierają organizacje w optymalizacji procesów rekrutacyjnych. To, co wyróżnia rozwiązania oferowane przez Hrlink i Goldenline to innowacyjność. Dlatego też obydwie firmy włączyły się w organizację pierwszej edycji konkursu People Innovation, promującego innowacyjne rozwiązania w branży HR.

Profesjonalnych systemów ATS używa 98 proc. przedsiębiorstw z listy Fortune 500. Warto wybrać taki system do rekrutacji, który nie tylko jest dostosowany do obecnych potrzeb firmy, ale też dzięki ciągłym inwestycjom w technologię będzie w przyszłości wychodził naprzeciw nowym wymogom i wyzwaniom w zakresie HR.

Dzisiaj integracja z portalami publikującymi ogłoszenia czy możliwość generowania szczegółowych raportów pokazujących efektywność konkretnych elementów procesu rekrutacji to w zakresie systemów ATS funkcjonalności standardowe. Dlatego dostawcy narzędzi wspierają swoich użytkowników w coraz nowszych obszarach. Kompleksowe podejście do procesu rekrutacji, czyli od momentu pojawienia się potrzeby do wdrożenia pracownika w organizacji, to rozległa przestrzeń do innowacji. Zintegrowane moduły onboardingu, kreator zakładki na temat kariery na stronie firmowej — to przykłady kolejnych funkcjonalności w ramach ATS-ów.

W HRlink i Goldenline zdecydowano się na stworzenie platformy HRtech, która połączy wielomilionową bazę kandydatów Goldenline z HRlinkiem, tj, ATS. Już dziś owocuje to wyjątkowym i innowacyjnym rozwiązaniem, jakim jest Talent Pool. Umożliwia on rekruterom automatyczne wyszukiwanie kandydatów w bazie na podstawie wybranych kryteriów brzegowych. Następnie system pozwala użytkownikom zaprosić znalezione osoby do procesu rekrutacji. Oczywiście wszystko odbywa się w zgodzie z RODO. Automatyzacja w takim zakresie bardzo oszczędza

czas, a narzędzie bazujące na metodach uczenia maszynowego będzie z każdym dniem efektywniej łączyć oferty pracy z kandydatami.

Innowacje w komunikacji z kandydatem

Kolejnym obszarem, który może wiele zyskać dzięki innowacyjnym technologiom, jest komunikacja z członkami procesów rekrutacyjnych. Rekruterzy muszą poświęcać jej coraz więcej swojego czasu, ponieważ kandydaci oczekują bieżącego informowania o statusie swoich aplikacji, jakościowego feedbacku i dostępności rekrutera – często również poza godzinami jego pracy. Dotyczy to zwłaszcza młodszych kandydatów.

Odpowiedzią na te rosnące oczekiwania są inteligentne rozwiązania, których celem jest optymalizacja komunikacji z kandydatami. Dobry przykład to chatboty, które są w stanie zautomatyzować znaczącą liczbę czasochłonnych i powtarzalnych zadań rekruterów. Chatboty w rekrutacji mogą przykładowo:

- odpowiedzieć na często pojawiające się pytania kandydatów,
- przeprowadzić wstępny wywiad i zebrać ustalone informacje,
- umówić spotkanie lub rozmowę telefoniczną w ramach kolejnego etapu rekrutacji z uwzględnieniem dostępności rekrutera (dzięki dostępowi do jego kalendarza).

Zastosowań dla chatbotów jest zresztą o wiele więcej, warto wymienić choćby onboarding czy komunikację wewnętrzną. Co więcej, technologie te dzięki wykorzystaniu machine learning i deep learning z czasem mogą poprawiać swoje wyniki i trafność odpowiedzi poprzez ciągle ulepszanie algorytmu, który jest podstawą ich działania.

Inny przykład automatyzacji w komunikacji to voiceboty, czyli usługi głosowe przydatne na przykład w ramach rekrutacji masowych. Dzięki takim innowacjom rekruterzy mają szansę na wzrost swojej wydajności, ograniczenie kosztów i odciążenie z powtarzalnych czynności. Efektem jest większa ilość czasu oraz energii zarezerwowanych na bardziej motywujące wyzwania, co też przekłada się na większą satysfakcję z pracy.

Warto wspomnieć również, że są już przykłady wykorzystania technologii VR (virtual reality) w rekrutacji. Programiści stworzyli specjalnie zaprojektowane środowisko, które wiernie oddaje warunki w docelowym miejscu pracy. Wirtualna rzeczywistość pozwala rekruterom sprawdzić reakcje kandydatów bądź ich zdolności manualne. W tej

technologii wszystkie ruchy są automatycznie zapisywane, dzięki czemu można je później poddać dokładnej analizie. To daje też ogromny potencjał szkoleniowy. IT intensywnie pracuje obecnie nad wykorzystaniem VR, ale też AR (augmented reality) dla potrzeb branży HR. Zdecydowanie warto przyglądać się efektom tych prób, bo już za kilka lat ich popularność może być nieporównywalnie większa.

Sztuczna inteligencja w służbie rekrutacji

Od kilku lat obserwujemy również wykorzystanie AI (artificial intelligence) w zakresie technologii rekrutacyjnych. Rozwijane są rozwiązania implementowane w systemach ATS, których celem jest przyspieszenie i udoskonalenie pierwszych etapów pracy rekrutera, takich jak pre-screening, selekcja aplikacji czy operacje na firmowej bazie danych kandydatów.

Nie chodzi tylko o wyszukiwanie zestawu słów kluczowych. Takie podejście szybko okazuje się zawodne, gdy kandydat nie zawrze w swoim CV dokładnie tych wyrazów, które do zapytania wpisał rekruter. I tu właśnie z pomocą przychodzi sztuczna inteligencja. Zadaniem algorytmu jest „zrozumienie" profilu poszukiwanego kandydata oraz przeprowadzenie zaawansowanego i pogłębionego wyszukiwania – dzięki temu dana osoba nie zostanie odrzucona tylko dlatego, że użyła słów innych niż zdefiniowane przez rekrutera, które nadal mają podobne znaczenie. Co więcej, te technologie stale uczą się jeszcze lepiej wyłapywać sens treści w aplikacjach i dostosowywać kryteria wyszukiwania, więc ich efektywność z czasem wzrasta. Przykładowo system może analizować poszczególne procesy rekrutacyjne pod kątem aplikacji kandydata, który finalnie został wybrany i zatrudniony przez organizację. W ten sposób system samodzielnie uczy się coraz lepiej identyfikować optymalne profile i dostosowywać swoje wyniki selekcji.

Nie wszystkie te przykłady są już wykorzystywane przez firmy w Polsce. Zdecydowanie jednak warto śledzić trendy i nowinki w zakresie innowacji w branży HR, bo ich stopniowe upowszechnianie się (również na naszym rynku) jest tylko kwestią czasu.

Alina Michałek | Ekspertka HR w HRlink i Goldenline

Specjalizuje się w humanocentrycznym modelu zarządzania w organizacjach. Swoje niemal 15-letnie doświadczenie pracy w obszarach związanych z ludźmi w organizacjach. zdobywała pracując zarówno dla agencji rekrutacyjnych, firm z branży e-commerce czy w sektorze shared services. Gospodyni cyklu webinarów HRlink i Goldenline.

#DIGITAL

#KOMUNIKACJA

#APLIKACJAMOBILNA

Aplikacja mobilna Hexar dla pracowników Wielton S.A.

Wielton S.A.

AMANDA **WOJTAL**

Specjalistka ds. komunikacji wewnętrznej, Wielton S.A.

Od ponad 2 lat związana z obszarem HR największego polskiego producenta naczep, przyczep i zabudów, gdzie odpowiada za komunikację wewnętrzną, przygotowanie contentu oraz uczestniczy w działaniach z zakresu Employer Brandingu. Koordynowała proces wdrożenia i zarządzania projektem Hexar.

WIELTON

APLIKACJA MOBILNA HEXAR DLA PRACOWNIKÓW WIELTON S.A.

Amanda Wojtal

O firmie Wielton S.A.:

Wielton S.A. należy do grona trzech największych producentów naczep, przyczep i zabudów samochodowych w Europie oraz znajduje się wśród dziesięciu największych producentów w branży. Misją Grupy Wielton jest tworzenie i dostarczanie najlepszych rozwiązań transportowych dla biznesu. W ramach całej Grupy Wielton zatrudnienie znajduje już ponad 3200 pracowników, w tym 300 inżynierów i konstruktorów, którzy dbają o optymalizację procesu produkcyjnego oraz wprowadzanie nowości technologicznych.

Założenia projektu:

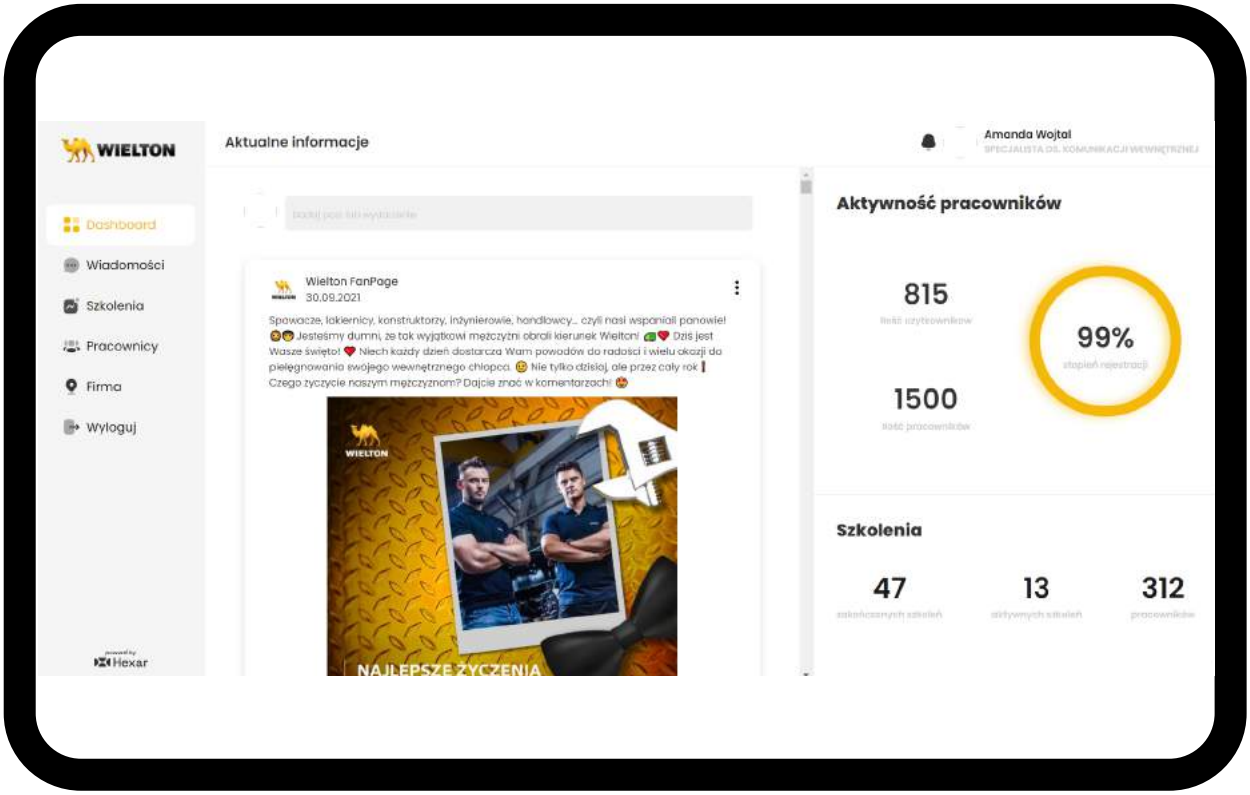
Aplikacja jest odpowiedzią na potrzeby zróżnicowanej kadry, która zatrudniona jest w kilku lokalizacjach. Głównym założeniem Hexar jest przeniesienie komunikacji wewnętrznej na ten kanał, a także integracja pracowników i wzmocnienie ich zaangażowania.

Cele projektu:

Celem stworzenia aplikacji była digitalizacja onboardingu, usprawnienie komunikacji, wsparcie procesu szkoleń oraz ułatwienie dostępu do podstawowych danych kadrowych.

Przebieg projektu:

Prace nad projektem rozpoczęły się we wrześniu 2020 r. Od października 2020 do kwietnia 2021 roku była tworzona aplikacja. Wykonano także skanowanie 3D powierzchni zakładów produkcyjnych, które było niezbędne do przygotowania wirtualnego spaceru. W maju 2021 aplikacja Hexar została oddana do użytku pracownikom.



Screen z aplikacji Hexar

Aplikacja jest dostępna w Apple Store oraz Google Play. Takie rozwiązanie jest w pełni bezpieczne, ponieważ rejestrować można się tylko przy pomocy danych z systemu kadrowo-płacowego. Na finalną wersję narzędzia składa się 5 modułów z systemem powiadomień push o wszystkich nowościach, wiadomościach i dodanych szkoleniach.

społeczność

newsfeed z możliwością dodawania postów, komentowania, zostawiania polubień;

przestrzeń

lista wszystkich działów z opisami, lokalizacją, danymi i zdjęciem menadżera, możliwość odbycia spaceru wirtualnego po wydziałach produkcyjnych;

chat

możliwość wysłania wiadomości prywatnej do wybranego pracownika lub grupy pracowników;

szkolenia

lista przypisanych do pracownika szkoleń, aktualizowanych na bieżąco przez osobę koordynującą szkoleniami;

ustawienia

możliwość sprawdzenia podstawowych danych kadrowych (rodzaj umowy o pracę, data zakończenia umowy, pozostałe dni urlopu).

Rezultaty projektu:

Aplikacja Hexar niesie liczne korzyści, wśród których można wymienić:

- zapewnienie jednakowego i bezpośredniego dostępu do bieżących informacji dla wszystkich pracowników,
- łatwiejszy proces onboardingu, zwłaszcza omówienia struktury organizacyjnej czy lokalizacji działów,
- czat firmowy to łatwy i szybki kontakt z HR i innymi pracownikami,
- bieżąca informacja o szkoleniach to trójstronne korzyści: pracownik produkcyjny bez służbowego konta Outlook ma wgląd do wszystkich szczegółów spotkania, dział HR nie ma problemu z kaskadowaniem tych wiadomości, a kierownicy oraz przełożeni pracowników nie muszą uczestniczyć w przekazywaniu informacji,
- wygodny dostęp do podstawowych danych kadrowych ze smartfona,
- narzędzie mobilne jest idealnym rozwiązaniem na czas pandemii, umożliwiającym dostęp do informacji i integrację firmową niezależnie od miejsca pobytu czy aktualnie obowiązujących obostrzeń.

#DIGITAL

#MOTYWACJA

#DOCENIANIE

System wirtualnych programów doceniania i motywacyjnych

Allianz Partners

MICHAŁ **SZEFER**

HR Business Partner w Allianz Partners

HR Business Partner i menedżer z wieloletnim doświadczeniem. Tworzy systemy oceny jakości pracy i systemy motywacyjne dla pracowników operacyjnych. Absolwent szkoły trenerskiej w Ośrodku Pomocy i Edukacji Psychologicznej INTRA oraz Akademii Menedżerskiej – Nowoczesna Praktyka Zarządzania Firmą w Szkole Głównej Handlowej.

Allianz Partners

DOCENIANIE MA MOC, CZYLI O KULTURZE I RELACJACH W ALLIANZ PARTNERS

Michał Szefer

O firmie Allianz Partners:

Firma jest wiodącym dostawcą usług assistance oraz ubezpieczeń turystycznych w Polsce i na świecie. Szczyci się możliwością skutecznego i szybkiego działania w każdym zakątku globu, 24 godziny na dobę, 365 dni w roku. W Polsce Allianz Partners dysponuje siecią ponad 4 000 współpracowników, gotowych do pomocy o każdej porze. To przedstawiciele najróżniejszych profesji, od techników samochodowych do specjalistów w dziedzinie medycyny, hydraulików po specjalistów IT. Dzięki nim firma gwarantuje, że będzie w stanie pomóc nawet w najbardziej niecodziennej sytuacji.

Założenia projektu:

Podstawowym założeniem projektu było wykształcenie w organizacji kultury doceniania oraz stworzenie programów motywacyjnych zwiększających zaangażowanie i produktywność pracowników.

Cele projektu:

Programy miały na celu poprawę lub (biorąc pod uwagę sytuację pandemiczną) utrzymanie dotychczasowych wskaźników związanych z poziomem stresu i oceną środowiska pracy w firmie. Wskaźnik Work Well Index, za pomocą którego firma określa satysfakcję pracowników, w roku 2020 wynosił 73 proc., co było wynikiem o 3 p.p. wyższym od całej grupy Allianz na świecie.

Przebieg projektu:

Twórcy najbardziej dumni są z programu Lider współpracy (THX). Program skierowany jest do wszystkich pracowników. Każda z osób zatrudnionych w firmie co tydzień otrzymuje 3 tokeny THX, którymi może nagradzać koleżanki i kolegów za konkretną pomoc lub współpracę przy projekcie, docenić czyjąś otwartą postawę. Na podstawie tych wyróżnień tworzony jest ranking najbardziej pomocnych pracowników. Każde otrzymane wyróżnienie przekłada się na token o wartości 1 PLN do wykorzystania w kafeterii Carrotspot. Po upływie kwartału ranking jest zerowany i zabawa zaczyna się od nowa. Program cieszy się dużą popularnością. Od czerwca 2020 r. pracownicy rozdali między sobą ponad 14000 podziękowań.

Firma stworzyła również programy pozwalające na wzajemne docenianie pracy różnych działów. Przykładem może być program dla działu rozliczeń z usługodawcami. Pracownicy mogą nagradzać pracowników operacyjnych, którzy sprawnie i zgodnie z wytycznymi obsługują rozliczenia, co ułatwia pracę innych.

Rezultaty projektu:

Managerowie otrzymali narzędzia, za pomocą których mogą codziennie motywować i doceniać pracowników, również w trudnych sytuacjach związanych z pracą operacyjną.

#ZDROWIE

#WSPARCIEPRACOWNIKOW

#CSR

Dotykam i wygrywam życie - różowy październik dla Kasi i Eli

Mega Service Plus Sp. z o.o.

ANNA **TATUR-ŁĄGIEWKA**

Koordynator ds. zapewniania zasobów ludzkich,
Mega Service Plus Sp. z o.o

Od prawie 10 lat jest związana z firmą, gdzie zajmuję się tzw. miękkim HR. Lubi działać i angażować ludzi.

MEGA-SERVICE®
technologie czystości

DOTYKAM I WYGRYWAM ŻYCIE - RÓŻOWY PAŹDZIERNIK DLA KASI I ELI

Anna Tatur-Łągiewka

O firmie Mega Service Plus Sp. z o.o.:

Oferta firmy obejmuje sprzątanie pomieszczeń biurowych, centrów handlowych, obiektów służby zdrowia, zakładów przemysłowych, hal produkcyjnych i magazynowych, a także prace związane z utrzymaniem czystości terenów zewnętrznych, do nich przyległych. Grupa Mega Service jest firmą dynamicznie rozwijającą się w swojej branży, zatrudniającą ponad 1800 osób i posiadającą ugruntowaną pozycję na polskim rynku.

Założenia projektu:

Dotykam i wygrywam życie - różowy październik dla Kasi i Eli - to akcja zainicjowana w 2020 roku, która była odpowiedzią na informację, że u koleżanek w firmie wykryto raka piersi. Propagatorka akcji chciała nie tylko wesprzeć chore koleżanki, ale także zwiększyć świadomość na temat profilaktyki onkologicznej u pozostałych pracowników.

Cele projektu:

Najważniejszym celem było zaangażowanie pracowników w akcję społeczną, przełamanie tematu tabu związanego z rakiem, a także uświadomienie kobietom w każdym wieku, jak bardzo ważne jest samobadanie piersi i noszenie dobrze dobranego biustonosza. Dodatkowym celem było nakłonienie kolegów z pracy do rozmów ze swoimi partnerkami na temat ich ostatniego badania piersi.

Przebieg projektu:

Powstały plakaty i ulotki, które zostały rozmieszczone w dwóch punktach w województwie śląskim (centrala i oddział), a także rozdano ulotki z instrukcją samobadania piersi. Informacja na temat całej akcji została również wysłana drogą mailową. Przeprowadzono także zbiórkę biustonoszy do recyklingu, która spotkała się z dużym zainteresowaniem. Zebrane biustonosze zostały przekazane za pośrednictwem sklepów w Katowicach i Częstochowie na rzecz stowarzyszenia Polskie Amazonki Ruch Społeczny i fundacji Wsparcie na starcie. Fundacja prowadzi edukację poprzez programy profilaktyki chorób piersi. Wśród 70 kobiet udało się zebrać ok. 200 staników.

Rezultaty projektu:

Po zakończeniu zbiórki przeprowadzono anonimową ankietę z następującymi pytaniami:

- Czy wzrosła Twoja świadomość na temat samobadania i raka piersi? — twierdząco odpowiedziało 100 proc. respondentek;
- Czy udałaś się do lekarza w celu przeprowadzenia badania? — twierdząco odpowiedziało 70 proc. respondentek.

Co więcej, z przeprowadzonych rozmów z pracownicami firmy wynika, że niektóre z nich poddały się także badaniom cytologicznym. Dołączenie do akcji fundacji Wsparcie na starcie w projekcie "Dotykam= wygrywam" - było pierwszą akcją społeczną w firmie Mega Service. Przedsięwzięcie spotkało się z pozytywną reakcją pracowników. Uczestniczki bardzo chętnie zrobiły porządki w swoich szafach i oddały niepotrzebne staniki, a przy okazji mogły skorzystać z usług brafitterki, by kupić profesjonalnie dobraną bieliznę. Spora liczba pań doszła do wniosku, że dawno nie była u ginekologa. Był to dla nich kolejny impuls, aby poddać się badaniom kontrolnym.

W 2021 akcja ruszyła na większą skalę i z większą mocą. Pracownice same upomniały się o możliwość zaangażowania się w kolejną edycję przedsięwzięcia — co jest bardzo budujące. Dzięki owocnej współpracy z fundacją Wsparcie na starcie firma otrzymała niezbędne materiały promujące profilaktykę onkologiczną, które zostały rozpowszechnione w oddziałach.

Plakat promujący akcję

#DIVERSITY #GENDEREQUALITY #TECHNOLOGIA

Orange - WłączOne

Orange Polska

RENATA **SZATECKA** | EDYTA **PAWLIK**

Ekspert ds. Projektów Rekrutacyjnych i Wizerunku Pracodawcy, Orange Polska

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej na kierunku zarządzanie projektami. Odpowiedzialna za programy Alumnów, programy stażowe, onboarding, kampanie rekrutacyjne, grywalizacje wewnątrz firm. Obecnie w Orange zajmuje się programem praktyk letnich Let's Orange oraz employer brandingiem w obszarze sieci telekomunikacyjnej i IT. Twórczyni bloga onadlaniej.pl, w ramach którego edukuje kobiety na temat niezależności finansowej i rozwoju zawodowego.

Kierownik Wydziału Projektów Rekrutacyjnych i Wizerunku Pracodawcy, Orange Polska

Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej na kierunku zarządzanie zasobami ludzkimi oraz marketing internetowy. Manager odpowiedzialna za employer branding, candidate experience. Skutecznie buduje wizerunek Orange Polska jako pracodawcy. Do jej zadań należy również dbanie o standard rekrutacji oraz narzędzia wykorzystywane w procesach rekrutacyjnych.

KOBIETY WŁĄCZONE W TECHNOLOGIE

Edyta Pawlik, Renata Szatecka

O firmie Orange Polska:

Firma jest liderem na polskim rynku telefonii stacjonarnej, internetu i transmisji danych. Jako jedyny operator, oferuje kompleksowe rozwiązania telekomunikacyjne dostępne w całym kraju. Celem Orange Polska jest zapewnienie najwyższej satysfakcji klientom i atrakcyjnego zysku akcjonariuszom poprzez osiągnięcie pozycji najchętniej wybieranego dostawcy usług telekomunikacyjnych, multimedialnych i rozrywkowych, korzystającego z nowoczesnych technologii.

Założenia projektu:

W Orange Polska 40 proc. pracowników to kobiety – to niemal dwa razy więcej niż szacowana średnia na rynku. Ilość kobiet w obszarze IT to 18 proc., w Technice 12 proc. Branża technologiczna dynamicznie się rozwija, tworzone są nowe miejsca pracy. Orange od lat wspiera budowanie zespołów opartych na różnorodności i stworzył nową kampanię edukacyjno-informacyjną – WłączOne, by zachęcić kolejne kobiety do rozwijania kariery w branży technologicznej.

Cele projektu:

Celem WłączOne było przybliżenie kobietom szeroko pojętej branży technologicznej. Przedstawiciele Orange mieli nadzieję na zainspirowanie kobiet zainteresowanych tą branżą, które czasami blokuje strach przed zmianą czy niewiedza, do zastanowienia się nad tym jak zacząć nową ścieżkę zawodową. W ramach kampanii została przygotowana komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna. Swoim doświadczeniem dzieliły się kobiety pracujące w Orange na różnych stanowiskach technologicznych

i osiągające sukcesy w tym obszarze. O kulisach swoich karier opowiadały w serii podcastów, a także radziły swoim słuchaczkom, jak planować rozwój swojej kariery w obszarze nowych technologii.

Przebieg projektu:

Kampanię rozpoczął film z realizacji ambientu, który został zrealizowany 21 października 2020 roku w Elektrowni Powiśle. Niecodzienna i interaktywna instalacja wykorzystująca iluzję przezroczystości pozwaliła połączyć na wideo gości z Elektrowni ze specjalistkami z Orange Polska. Wszystko odbyło się za pomocą wielkich ekranów i najnowszych rozwiązań technologicznych.

Zdjęcie pochodzi z realizacji kampanii ambientowej akcji WłączOne

Kampania pokazała sylwetki kobiet, które pracują w obszarach technologicznych, poprzez ich zadania i projekty po to, aby zainspirować osoby spoza organizacji do włączenia się w świat technologii. Dla wielu kobiet obszary technologiczne nadal

wydają się niedostępne. Mają wątpliwości, czy sobie poradzą, jak odnajdą się w tych wciąż jeszcze zmaskulinizowanych obszarach.

W firmie inicjatywa promowana była przez intranet, spotkania pracowników z zarządem i apele wśród firmowych społeczności. W ramach komunikacji zewnętrznej Orange zostało partnerem takich wydarzeń jak Dzień Kariery Kobiety w IT, prowadzono aktywną kampanię w mediach społecznościowych, a o akcji pisały m.in. Forbes czy Brief. Podcasty i wywiady z ambasadorkami akcji są wciąż dostępne na stronie hitechwoman.pl

Rezultaty projektu:

Fundamentem inicjatywy są w dalszym ciągu pracownice firmy będące na różnych stanowiskach, chcące dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi kobietami, które jeszcze nie wiedzą, jaki kierunek wybrać.

Dzięki inicjatywie doświadczenie kobiet z Orange może stać się inspiracją dla innych osób, a firma wzmacnia swój wizerunek przyjaznego pracodawcy z obszaru tech. Ambasadorki akcji mogły zaangażować się w programy mentoringowe, wydarzenia organizowane przez uczelnie wyższe i maratony programistyczne.

Do akcji stale włączają się kolejne kandydatki, cyklicznie pojawiają się też nowe odcinki podcastów, kontynuowany jest program mentoringowy. W grudniu 2021 roku planowana jest następna edycja projektu WłączOne.

#CYFRYZACJA #BEZPIECZENSTWODANYCH #PROCESY

Cyfryzacja procesów kadrowych: Elektroniczny obieg dokumentów ZFŚS i innych dotyczących benefitów pracowniczych

PKP S.A

KATARZYNA **NOWAK**

Naczelnik Wydziału Świadczeń Pracowniczych w PKP S.A.

Praktyk zarządzania zasobami ludzkimi, entuzjasta zarządzania procesowego oraz nowoczesnych narzędzi wspomagających procesy HR. W PKP S.A. odpowiedzialna za obsługę benefitów pracowniczych, w tym m.in. obsługę Zakładowego Funduszu Świadczeń Socjalnych, pakietów medycznych i ulg transportowych.

PKP POLSKIE KOLEJE PAŃSTWOWE Spółka Akcyjna

HR NA CYFROWYCH TORACH

Katarzyna Nowak

O firmie PKP S.A.:

PKP S.A. pełni nadzór właścicielski nad spółkami Grupy PKP w celu zapewnienia jak najwyższej jakości obsługi transportowo-logistycznej pasażerów i towarów. PKP S.A. jest również jednym z największych właścicieli nieruchomości w Polsce. Kluczowym zadaniem PKP S.A. jest zapewnienie wysokiego standardu usług na dworcach kolejowych. Spółka realizuje szeroko zakrojony program modernizacji dworców, którego celem jest dostosowanie ich do potrzeb zarówno podróżnych, jak i lokalnych społeczności.

Założenia projektu:

Wdrożenie projektu dotyczącego cyfryzacji obsługi funduszu socjalnego, tzn. zastąpienie dotychczas funkcjonujących wniosków papierowych wnioskami elektronicznymi w oparciu o platformę WEBCON. Uproszczenie i usprawnienie działań związanych z zarządzaniem Zakładowym Funduszem Świadczeń Socjalnych.

Cele projektu:

Prowadzony projekt miał ustandaryzować proces obsługi benefitów pracowniczych i podnieść jego efektywność (zwłaszcza pod względem bezpieczeństwa danych). Wśród innych celów znalazło się ograniczenie papierowego obiegu dokumentów oraz skrócenie czasu przeznaczonego na obsługę dokumentacji. Efektem tych zmian miało być lepsze wykorzystanie potencjału zespołu HR, podniesienie jakości obsługi klienta wewnętrznego oraz uproszczenie procesu wnioskowania o świadczenia.

Przebieg projektu:

Projekt podzielony został na etapy obejmujące kolejno wdrażane produkty, tj. wnioski elektroniczne dla pracowników, które odpowiadały kategoriom przyznawanych świadczeń z funduszu, a także protokoły elektroniczne dla komisji socjalnych. Protokoły miały stanowić dla PKP S.A. narzędzie służące do zatwierdzania ustaleń oraz wydatkowania z funduszu.

Rezultaty projektu:

Korzyści płynących z wdrożenia tego projektu w PKP S.A. jest wiele. Do najważniejszych zaliczyć można standaryzację obsługi świadczeń socjalnych w całej spółce, co zapewnia równe traktowanie pracowników, a także zwiększa bezpieczeństwo danych poprzez eliminację obiegu dokumentów w formie papierowej. Pozytywne rezultaty to również optymalizacja czasu i kosztu obsługi wniosków, podniesienie efektywności całego procesu, raportowanie w czasie rzeczywistym, ale przede wszystkim dostosowanie do potrzeb zmieniającej się rzeczywistości i zmiany w obsłudze klienta.

Rezultaty z wdrożenia projektu są następujące: 2% wniosków zostało złożonych papierowo, 98% wniosków — elektronicznie (pomiar z roku 2020). Średni czas obsługi wniosku, mierzony od momentu wpływu wniosku do momentu jego zamknięcia, uśredniając, został zredukowany z 5 minut do 1 minuty, a liczba działań, które musi wykonać pracownik w celu złożenia wniosku, została skrócona z 6 (1. pobranie; 2. wypełnienie; 3. wydruk; 4. zeskanowanie; 5. wysyłka; 6. dostarczenie oryginału) do 3 (1. wybór; 2. wypełnienie; 3. wysyłka).

#KULTURAORGANIZACYJNA #DOCENIANIE #ZAANGAZOWANIE

Całym sobą Poczuj FLOW

Credit Agricole Bank Polska S.A.

ANNA **SZLAWSKA-WITCZAK**

Dyrektor Departamentu Kompetencji Bankowości Detalicznej, Credit Agricole Bank Polska S.A.

Doświadczona menadżerka, trenerka, certyfikowany coach Mocnych Stron. Od 20 lat w branży finansowej wspiera rozwój ludzi, buduje efektywne i zmotywowane zespoły. Zrealizowała wraz z zespołami ponad 300 projektów.

CAŁYM SOBĄ POCZUJ FLOW

Anna Szlawska-Witczak

O firmie Credit Agricole Bank Polska S.A.:

Bank, który od blisko 20 lat funkcjonuje na polskim rynku i jest jednym z najczęściej polecanych banków w Polsce. Działa w obszarze bankowości detalicznej, korporacyjnej, rolniczej, małych i średnich przedsiębiorstw oraz w obszarze Consumer Finance. Jest częścią Grupy Crédit Agricole, która znajduje się wśród 10 największych banków na świecie pod względem wartości aktywów, działa w 48 krajach na świecie i obsługuje ponad 52 milionów klientów.

Założenia projektu:

Projekt zakładał wzrost świadomości i zdobycie wiedzy z zakresu motywatorów swoich, swojego przełożonego i członków zespołu realizując korzyści w trzech obszarach: dla jednostki, dla zespołu i dla menedżera.

Cele projektu:

Program FLOW – Poczuj TO miał na celu wzrost świadomości psychologicznej i poszerzenie wiedzy wśród członków organizacji w 3 wymienionych poniżej obszarach.

W aspekcie rozwoju samego siebie (dla jednostki):

Poznanie swoich pragnień i mocnych stron pomaga w lepszym zarządzaniu samym sobą, pozwala rozwinąć skrzydła, by szybciej i łatwiej osiągać ważne dla siebie cele:

- wzrost samoświadomości swoich predyspozycji i mocnych stron,
- wzrost efektywności w osiąganiu celów, satysfakcji i sprawczości w życiu zawodowym i osobistym.

W aspekcie rozwoju zespołów (dla zespołu jako całości):

Świadomość różnorodności potrzeb i perspektyw w zespołach zwiększa wzajemną akceptację oraz życzliwość w komunikacji z innymi, co w prosty sposób przekłada się na rozwijanie pozytywnych relacji i budowanie zgranych teamów:

- lepsze rozumienie siebie, osób w zespole, menadżera i klientów,
- wzrost akceptacji różnorodności i lepsza atmosfera w pracy,
- wzrost życzliwości, empatii i umiejętności porozumiewania się z innymi.

W aspekcie skutecznego zarządzania zespołem (dla menedżera):

Dostarczenie wiedzy i umiejętności z zakresu rozwijania motywacji wewnętrznej wspiera menedżerów w skutecznym zarządzaniu energią zespołu przez planowanie zadań lepiej dopasowanych do predyspozycji i potrzeb poszczególnych osób, a przez to przynoszących więcej satysfakcji:

- skuteczniejsze zarządzanie oparte na znajomości i wykorzystaniu mocnych stron i różnorodności,
- budowanie odpowiedzialnych i zaangażowanych zespołów.

Przebieg projektu:

Rezultaty projektu:

W efekcie działań obejmujących 3 obszary organizacji i przeprowadzonych badań wewnętrznych zostały osiągnięte poszczególne cele programu.

98 proc. wszystkich uczestników poleca Program FLOW. U Doradców będących uczestnikami projektu nastąpiła wyraźna zmiana w realizacji wyników biznesowych w okresach objętych pomiarem: listopad 2020 – marzec 2021 oraz styczeń 2021 – październik 2021. Zmniejszony został również poziom fluktuacji z inicjatywy pracownika w skali całej sieci o 7,2 proc.

Przeprowadzona ankieta Q15, dotycząca zaangażowania i satysfakcji z pracy wśród pracowników wykazała wzrost na poziomie 12 proc. dla całej grupy badanych.

#REORGANIZACJA

#KOMPETENCJE

#KONKURENCYJNOSC

Projekt i budowa maszyny pakującej FS 120 – nowe kompetencje i możliwości dla firmy Formeleon

FORMELEON Sp. z o.o.

ŁUKASZ **JEZUSEK**

Export Sales Manager, Formeleon Sp. z o.o.

Menedżer z wieloletnim doświadczeniem, zajmujący się eksportem do państw niemieckojęzycznych oraz Skandynawii w branżach przemysłowych. Zakres jego odpowiedzialności obejmuje rozwój kontaktów oraz sprzedaży, a także reprezentowanie firmy w relacjach z klientami zagranicznymi.

FORMELEON
RYCHIGER GROUP

PROJEKT I BUDOWA MASZYNY FS 120

Łukasz Jezusek

O firmie Formeleon Sp. z o.o.:

Korzenie zakładu sięgają początku lat dziewięćdziesiątych, to jest powstania narzędziowni Formit, która specjalizowała się w projektowaniu i budowie narzędzi (zwłaszcza wykrojników, tłoczników), oprzyrządowania produkcyjnego oraz części dla branży offshore. Po sprzedaży przedsiębiorstwa w 2004 roku firma funkcjonuje w ramach szwajcarskiego koncernu Rychiger AG pod nazwą Formeleon, dostarczając precyzyjnie wykonane podzespoły i części maszyn, stosowane m. in. w przemyśle farmaceutycznym czy spożywczym.

Założenia projektu:

Projekt miał wspierać wprowadzanie w firmie zmian związanych z realizacją nowej strategii szwajcarskiego właściciela firmy, to jest koncernu Rychiger AG.

Cele projektu:

Celem projektu było zaprojektowanie i budowa nowej maszyny pakującej serii FS 120. Inicjatywa stała się dla załogi sprawdzianem pracy zespołowe w szczególnie trudnym momencie, to jest podczas wprowadzania strategicznych zmian w organizacji.

Przebieg projektu:

Podczas realizacji projektu prace konstrukcyjne pochłaniały większą część czasu pracy, nie tylko ze względu na stopień skomplikowania i funkcjonalności maszyny FS 120, ale także na skutek różnicy zdań w zespole projektowym. Zespół tworzyły osoby o różnych

kompetencjach i doświadczeniu zawodowym (jak choćby mechatronik, automatyk, programista, pracownik produkcji, inżynier produkcji, planista oraz monter). W związku z tym zespół musiał wypracować jednolitą formułę panelu roboczego, by każda z osób mogła na bieżąco prezentować swoje racje, ale też otwarcie dyskutować na temat rozwiązań i ścieżek optymalizacji. Takie podejście do prac konstrukcyjnych umożliwiło opracowanie najbardziej optymalnych rozwiązań technicznych, zastosowanych później w budowie pierwszej maszyny FS 120.

Rezultaty projektu:

W wyniku blisko rocznych prac projektowych oraz konstrukcyjnych powstała – pierwsza w serii – gotowa maszyna pakująca FS 120. Oprócz samej maszyny firma Formeleon zorganizowało także dostawę, montaż i uruchomienie maszyny dla chińskiego klienta koncernu Rychiger AG. Działania te wiązały się z wielotygodniową delegacją inżynierów serwisu w szczególnie trudnym czasie pandemii. Był to kolejny, obok budowy maszyny, zdany sprawdzian możliwości organizacyjnych i technicznych dla załogi.

Zdjęcie pochodzi z projektu i budowy maszyny FS 120, realizowanej przez firmę Formeleon

Obecnie powstają kolejne maszyny, ściśle według harmonogramu produkcji firmy-matki. Co szczególnie ważne, podczas prowadzonych obecnie prac nad drugą maszyną polski zespół projektowy wniósł szereg istotnych zmian i usprawnień do pierwotnej dokumentacji. W efekcie urządzenie działa wydajniej, a koszt jego pracy zmniejszył się. Formeleon poszerzył kompetencje na polu budowy maszyn, przez co zarówno możliwości technologiczne, produkcyjne, jak też prestiż i pozycja rynkowa firmy zyskały nową wartość.

#KULTURAORGANIZACYJNA #KOMUNIKACJA #PROJECTMANAGEMENT

Usprawnienie komunikacji wewnętrznej w Ministerstwie Klimatu i Środowiska

Ministerstwo Klimatu i Środowiska

KAMIL **RODZIK**

Starszy specjalista w Zespole Komunikacji Wewnętrznej w Departamencie Edukacji i Komunikacji w Ministerstwie Klimatu i Środowiska

Lider zespołowego projektu pn. "Usprawnienie komunikacji wewnętrznej w MKiŚ". Urzędnik z wieloletnim doświadczeniem w obszarze naboru, komunikacji wewnętrznej i budowania pozytywnego wizerunku pracodawcy. Zwolennik i orędownik nowoczesnej i otwartej administracji.

Ministerstwo Klimatu i Środowiska

USPRAWNIENIE KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ W MINISTERSTWIE KLIMATU I ŚRODOWISKA (MKiŚ)

Kamil Rodzik

O Ministerstwie Klimatu i Środowiska:

Ministerstwo Klimatu i Środowiska jest urzędem administracji rządowej działającym na podstawie rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 7 października 2020 r. w sprawie utworzenia Ministerstwa Klimatu i Środowiska (Dz. U. poz. 1734). Ministerstwo obsługuje Ministra Klimatu i Środowiska.

Założenia projektu:

Rok 2020 wiązał się z dużymi zmianami organizacyjnymi oraz wyzwaniami, które wystąpiły w okresie pandemii COVID-19.

Koniecznością stało się wypracowanie narzędzi, które byłyby wsparciem w procesie komunikacji zmiany oraz usprawniającymi komunikację wewnętrzną.

Cele projektu:

Głównym celem projektu było usprawnienie komunikacji wewnętrznej w MKiŚ:

- w obszarze komunikacji o charakterze cyfrowym i bezpośrednim;
- w wymiarze komunikacji poziomej (między poszczególnymi komórkami organizacyjnymi) i pionowej (od kierownictwa przez dyrektorów, naczelników i kierowników zespołów po pracowników).

Przebieg projektu:

Działania skupiały się na poszczególnych obszarach komunikacyjnych:

- Intranet (m.in. aktualizacja poszczególnych zakładek, dodanie nowych elementów, inny układ treści);
- opracowanie i publikacja newslettera pracowniczego (zawierającego m. in. informacje o kwestiach kadrowo-organizacyjnych, bieżących działaniach poszczególnych komórek, artykuły na wybrane tematy związane z obszarem działań MKiŚ);
- spotkania tematyczne (spotkania przedstawicieli komórek organizacyjnych z pracownikami Ministerstwa poświęcone kwestiom merytorycznym, którymi na co dzień się zajmują);
- narzędzia komunikacji kaskadowej (m.in. organizacja szkoleń z obszaru komunikacji dla kadry zarządzającej (dyrektorów, naczelników, kierowników zespołów));
- działania na styku komunikacji wewnętrznej i employer brandingu wewnętrznego (m.in. konkursy dla rodzin pracowników, wspólne zaangażowanie się w akcje charytatywne, organizacja wydarzeń o charakterze ekologicznym np. Dzień Bez Samochodu).

Dodatkowo podjęto pierwsze działania o charakterze organizacyjnym i przygotowującym MKiŚ do wdrożenia strategii komunikacji wewnętrznej. (m.in. członkowie zespołu projektowego zostali przeszkoleni w zakresie konstruowania strategii komunikacji wewnętrznej).

Praca, która wzięła udział w konkursie plastyczno-literackim będącym elementem projektu komunikacyjnego

Rezultaty projektu:

Działania w ramach projektu wpłynęły m.in. na:

- udoskonalenie dotychczasowych i wypracowanie nowych narzędzi komunikacji wewnętrznej,
- wzrost świadomości pracowników w zakresie narzędzi komunikacyjnych,
- wzrost potrzeb i świadomości przełożonych w zakresie komunikacji kaskadowej,
- zwiększenie liczby pracowników biorących udział w działaniach integracyjnych.

W planowanym badaniu komunikacji wewnętrznej została założona ocena dotychczas wdrożonych rozwiązań.

#SZKOLENIA

#KOMPETENCJE

#ZARZADZANIE

Lider w świecie VUCA

Polska Grupa Farmaceutyczna S.A.

JOANNA **WALCZAK**

Dyrektor HR, Prokurent Spółki Polska Grupa Farmaceutyczna

Joanna Walczak jest absolwentką Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Łódzkiego oraz studiów podyplomowych z obszaru bezpieczeństwa, ergonomii i higieny pracy. Ma ponad przeszło 15 lat doświadczenia w zarządzaniu obszarem HR w firmach z różnych branż. W Polskiej Grupie Farmaceutycznej odpowiada za tworzenie i wdrażanie strategii HR.

PGF | POLSKA GRUPA FARMACEUTYCZNA

LIDER W ŚWIECIE VUCA

Joanna Walczak

O Polskiej Grupie Farmaceutycznej:

Jedna z największych i najbardziej nowoczesnych firm zajmujących się dystrybucją leków. Wspiera farmaceutów w codziennej pracy zapewniając im szybkie dostawy leków. Współpracuje z ponad 600 producentami farmaceutycznymi, dzięki czemu zapewnia dostęp do bardzo szerokiej oferty produktów. Od początku istnienia aktywnie wspiera rozwój rynku dystrybucji leków i wyznacza kierunki rozwoju branży.

Założenia projektu:

Wyzwaniem w czasie pandemii stało się sprawne i skuteczne docieranie leków do aptek. PGF postawiła na rozwój umiejętności zarządzania u kierowników średniego i niższego szczebla hurtowni farmaceutycznej w Łodzi, by zapewnić ciągłość dostaw.

Cele projektu:

Głównymi celami projektu były:

- rozwój umiejętności kierowniczych w zakresie zarządzania ludźmi i zarządzania zmianą,
- wzmocnienie współpracy pomiędzy kierownikami,
- zbudowanie i rozwijanie umiejętności liderskich poprzez budowanie odpowiedzialności za zespół.

Przebieg projektu:

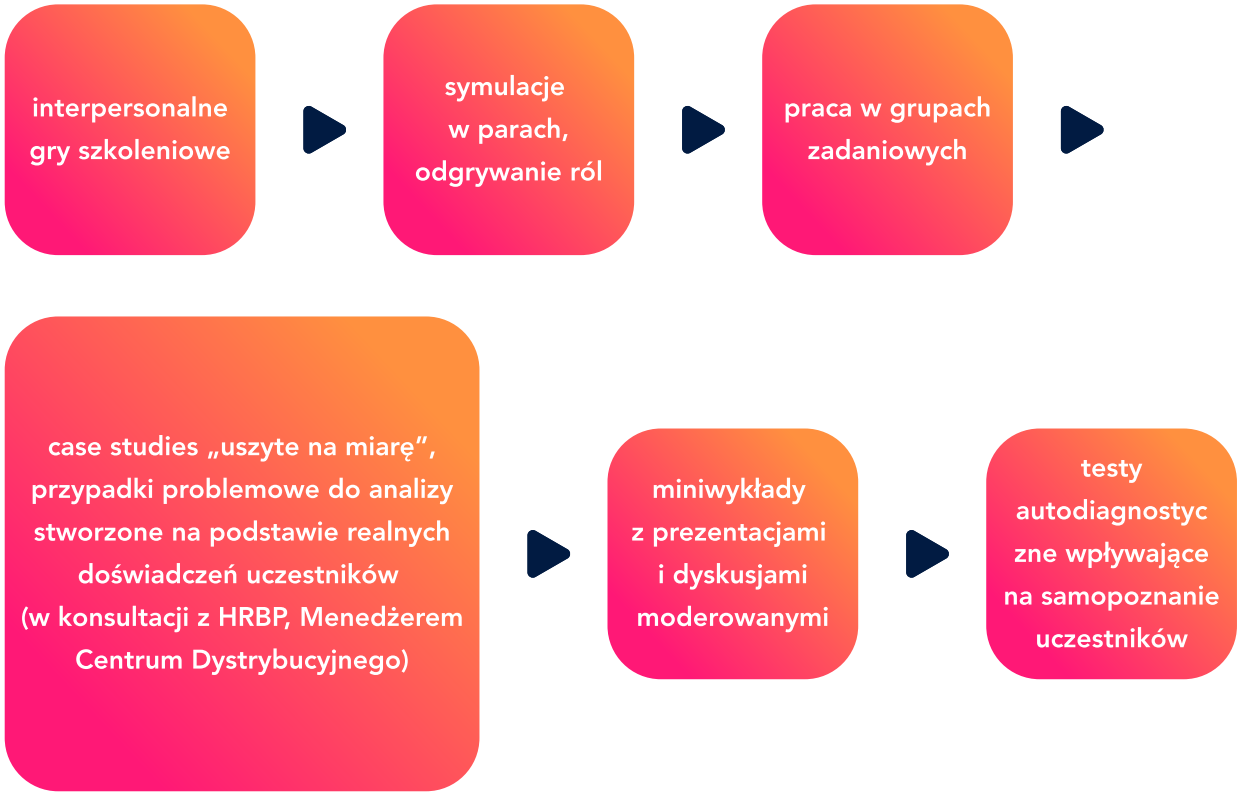
Projekt realizowany był od 09.2020 do 03.2021 roku i rozpoczęło go badanie kompetencji przeprowadzone w sierpniu i wrześniu 2020 roku.

Badanie kompetencji, rozmowy z kierownikami i liderami oraz ankiety w zakresie potrzeb szkoleniowych stały się podstawą do stworzenia spójnego programu szkoleniowo rozwojowego opartego na:

- job coachingu – trenowaniu pozyskanych podczas szkoleń umiejętności w trakcie codziennej pracy pod okiem trenera,
- kończących się egzaminem szkoleniach stacjonarnych dla kadry kierowniczej średniego i niższego szczebla,
- webinarów z zakresu komunikacji i efektywności osobistej.

Program szkoleń stacjonarnych został zrealizowany w ramach 40 godzin. Każdy temat szkoleniowy realizowany był aktywnymi metodami, by zwiększyć zaangażowanie uczestników oraz dać więcej możliwości do ćwiczenia zdobywanych umiejętności.

Wprowadzone metody szkolenia:



Job coaching realizowany był pod koniec szkoleń stacjonarnych i po ich zakończeniu. Trener podczas obserwacji uczestniczącej towarzyszył kierownikowi lub liderowi w trakcie zebrania z pracownikami lub indywidualnej rozmowy. Po zakończeniu rozmowy przeprowadzał w zależności od potrzeb jeden z 2 rodzajów coachingu.

W związku z trudnym czasem realizacji (wprowadzane w tych miesiącach nowe obostrzenia dotyczące spotkań) stworzony został cykl webinarów o tematyce związanej z efektywnością osobistą – aby wzmocnić chęć rozwoju mimo przerw pomiędzy szkoleniami. Webinary są nagraniami wideo w krótkiej, przystępnej formie, dostępnymi do odtworzenia w dowolnej chwili.

Rezultaty projektu:

Wpływ projektu na zmiany jest widoczny w efektach, jakie przynosi prowadzenie rozmów z pracownikami oraz zebrań i mini szkoleń pracowników. Krótkie zebrania odbywają się codziennie, a przed projektem zazwyczaj organizowano je raz na 2–3 tygodnie. Efektem jest poprawa komunikacji w zespołach oraz bardziej pozytywne podejście do realizowanych zmian.

#ZARZADZANIE

#GRYWALIZACJA

#KOMPETENCJE

III MIEJSCE

Manager of Choice – projekt rozwoju kadry zarządzającej

Grupa Raben

ANITA **KORALEWSKA-RATAJCZAK**

Group HR Director w Grupie Raben

Ma ponad dwudziestoletnie doświadczenie w obszarze HR. Czerpie radość głównie z realizacji nieszablonowych pomysłów wspierających ludzi i biznes. Od 15 lat związana z branżą TSL. Od 4 lat Head of HR dla Grupy Raben (14 krajów, 10000 pracowników) oraz wykładowca MBA.

Raben

POTRZEBA ZMIANY I CELE PROJEKTU MANAGER OF CHOICE

Anita Koralewska-Ratajczak

O Grupie Raben:

To wielokulturowa organizacja zatrudniająca ponad 10 tys. pracowników w Europie. Jest jedną z największych firm logistycznych w Polsce. Świadczy usługi najwyższej jakości dzięki temu, że dysponuje doskonałym taborem, rozwiniętą siecią oddziałów oraz nowoczesną powierzchnią magazynową.

Założenia projektu:

Zdefiniowanie praktycznych rozwiązań wspierających budowanie długoterminowych i pozytywnych doświadczeń na linii przełożony-pracownik w całej Grupie Raben. Wdrożenie i utrwalanie najlepszych praktyk we wszystkich spółkach Grupy jako wspólnego podejścia do rozwoju kadry zarządzającej.

Cele projektu:

Do głównych celów projektu należało wzmocnienie kompetencji menedżerów w obszarze zarządzania zespołami oraz integracji zespołów oraz zapewnienie pozytywnych doświadczeń pracowników, które miały przełożyć się na wzrost zaangażowania pracowników. Kolejnym celem było uspójnienie podejścia do zarządzania kompetencjami menadżerów.

Przebieg projektu:

Audyt doświadczeń pracowników z managerami

Prace nad projektem ruszyły we wrześniu 2019 r. Przy wsparciu firmy zewnętrznej

zbadano doświadczenia obecnych i byłych pracowników, korzystając z takich narzędzi, jak ankieta online i wywiad telefoniczny. Wyniki potwierdziły, że wszyscy menedżerowie Grupy mierzą się z podobnymi wyzwaniami i warto wypracować wspólne praktyki, które będą dla nich wsparciem w rozwoju kompetencji. W kolejnym kroku powstał zaakceptowany przez zarząd podręcznik Manager of Choice. Opisane w podręczniku najlepsze praktyki zarządzania były przekazywane managerom w trakcie warsztatów. Następnie odbyły się cykle lokalnie organizowanych warsztatów w zakresie zarządzania, a po tym etapie, we wrześniu 2020 r., projekt wszedł w fazę czteromiesięcznej gamifikacji.

Rywalizacja na platformie

Aby jak najefektywniej utrwalić przekazaną w trakcie warsztatów wiedzę i sprostać wymaganiom spowodowanym pandemią koronawirusa, autorzy projektu zdecydowali się na wykorzystanie do dalszej edukacji platformy gamifikacyjnej. Rywalizacja została podzielona na pięć etapów bezpośrednio wpływających na budowanie doświadczeń pracowników: rekrutacja, onboarding, rozwój, codzienna praca, odejście z organizacji. Co tydzień pojawiały się trzy pytania. Większość z nich odnosiła się do realnych sytuacji w firmie lub nawiązywała do osobistych doświadczeń menedżerów i zachęcała ich do stosowania niestandardowych rozwiązań.

Projekt Manager of Choice zakończyła uroczysta gala online, podczas której nagrodzono 21 zwycięzców, menedżerów, którzy uzyskali najwyższe wyniki i wykonali wszystkie zadania bonusowe oraz najlepsze spółki.

Rezultaty projektu:

Ewaluacja projektu pokazała, że miał on pozytywny wpływ na wszystkich pracowników. Podjęte działania zwiększyły wiedzę merytoryczną i doświadczenia menedżerów, przez co podniesiony został komfort pracy wszystkich pracowników firmy. Jak deklarują przedstawicielki działu HR, program przyczynił się do zmniejszenia poziomu fluktuacji w Grupie Raben.

Przeprowadzone po zakończonej gamifikacji badanie zaangażowania we wszystkich spółkach Grupy pokazuje pozytywne zmiany w postrzeganiu menedżerów przez pracowników. Wyniki badania zaangażowania pracowników są wyższe.

#PLEBISCYT

#WARTOSCI

#DOCENIANIE

Plebiscyt Wartości Deviniti

Deviniti Sp. z o.o.

RENATA **IWANIEC**

HR Business Partner w Deviniti

Psycholożka, wieloletnia nauczycielka akademicka i trenerka kompetencji miękkich. W pracy łącząc rolę Company Culture Managera i HR Business Partnera, sprawuje opiekę nad obecnością i przestrzeganiem wartości w procesach wewnętrznych oraz dba o kulturę organizacyjną, wellbeing i obszar CSR.

DEVINITI

PLEBISCYT WARTOŚCI DEVINITI NA OBCHODY PIĘTNASTOLECIA ISTNIENIA FIRMY

Renata Iwaniec

O firmie Deviniti:

To Software Home tworzący nowe technologie i wspierający klientów wiedzą i doświadczeniem. Współpracuje z 250 specjalistami, którzy współpracują z największymi firmami na świecie. Na tę chwilę ponad 10 000 firm korzysta z produktów Deviniti. Od powstania pomogli ponad 500 klientom przeprowadzić cyfrową transformację.

Założenia projektu:

Wspólna celebracja 15-lecia jubileuszu, podkreślenie kamieni milowych w historii oraz docenienie pracowników najbardziej zaangażowanych w rozwój firmy.

Przebieg projektu:

Do głosowania na Ambasadorów Wartości wykorzystano wewnętrzny service desk, odpowiednio skonfigurowany za pomocą autorskiej wtyczki Theme Extension. Każdy pracownik otrzymał link do portalu, na którym opisano 6 wartości Deviniti. Dla uczestników miała to być także możliwość wyróżnienia oraz docenienia tych kolegów i koleżanek, z którymi najlepiej im się współpracuje.

W pierwszej edycji plebiscytu oddano 294 głosy, czyli średnio każdy z pracowników oddał swój głos na ponad 2 osoby. Głosy uczestników były istotne dla firmy nie tylko w kontekście wyboru Ambasadorów, ale także potwierdzenia, że pracownicy rozumieją wartości firmy.

Zdjęcie z gali finałowej plebiscytu

Troje kandydatów z największą liczbą głosów przeszło do finału Plebiscytu. Zostali poproszeni o nagranie krótkiego filmu z podziękowaniami za nominację i głosy. Na tej podstawie Kapituła Konkursu Głównego wybrała zwycięzców – Ambasadorów Wartości Deviniti – z misją dalszego promowania kultury i wartości firmy. Ogłoszenie wyników Plebiscytu Wartości odbyło się podczas uroczystej gali połączonej z obchodami urodzin Deviniti.

Rezultaty projektu:

Plebiscyt stał się dla Deviniti okazją do pokazania światu kultury organizacyjnej i wartości, którym się kierują, a także do wyróżnienia konkretnych postaw i reprezentujących je osób. Z kolei pracownicy mieli możliwość podziękowania kolegom z pracy, udzielenia pozytywnej informacji zwrotnej, również tym, z którymi nie pracują na co dzień. Co więcej, wydarzenie zdecydowanie zintegrowało załogę Deviniti, pozwoliło lepiej poznać osobom z poszczególnych działów w sytuacji dynamicznego wzrostu firmy.

Obecnie firma przygotowuje się do trzeciej edycji Wielkiego Plebiscytu Wartości. Twórcy wydarzenia wierzą, że poza walorami integracyjnymi i rozrywkowymi niesie ono przypomnienie o tym, co jest ważne i co motywuje zespół do działania. Dlatego akcja na stałe znalazła swoje miejsce w kalendarzu Deviniti.

#EMPLOYERBRANDING

#SHARINGECONOMY

#BENEFITY

I MIEJSCE

Holistyczny pakiet benefitów

Future Processing

MONIKA **WOŹNICA**

Employer Branding Implementer w Future Processing S.A.

Z employer brandingiem związana od 6 lat. Ostatnio pochłonięta kreowaniem scenariuszy przyszłości dla organizacji. Zwolenniczka prostoty zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym.

Future Processing

FP-OWY DOBROSTAN NA WYNOS

Monika Woźnica

O firmie Future Processing (FP):

FP to polska firma IT, która z grupki przyjaciół przekształciła się w ponad 900-osobowy zespół. Zajmuje się tworzeniem oprogramowania dla klientów prowadzących działalność w różnych sektorach rynku. Od samego początku istnienia (2000 r.), FP stawia na miejsce, gdzie pracuje szczęśliwy, zintegrowany i zmotywowany zespół.

Założenia projektu:

Założeniem nowego pakietu benefitów było holistyczne spojrzenie na cały zespół. Dlatego powstało rozwiązanie, które pozwala każdemu pracownikowi samodzielnie kształtować swoją codzienność. Na etapie projektowania najistotniejsze było to, by gotowe pomysły uwzględniały poniższe założenia:

- niematerialny charakter benefitu i przewaga doświadczania nad posiadaniem,
- dobrostan na wynos i dobrze spędzony czas wolny,
- ekonomia współdzielenia.

Cele projektu:

Najważniejszym celem było stworzenie narzędzi benefitowych, które podobnie jak sam pomysł miały być proste i łatwe z punktu widzenia użytkownika. Organizacji zależało również na wykorzystaniu tych zasobów, jakie już ma do dyspozycji, a nie pozyskiwaniu i tworzeniu nowych.

Przebieg projektu:

Podczas pracy nad Strategią EB 2021 wytyczono kierunki działań, następnie przełożono je na konkretne rozwiązania, które uwzględniły system pracy hybrydowej i czasy pandemiczne.

Na tej podstawie opracowano następujące nowości do oferty benefitowej w Future Processing:

Team Złota Rączka
Za realizację zadań w ramach tego benefitu odpowiada zespół Non-IT, który na co dzień dba o infrastrukturę w biurach FP. Jego nowa rola polega na świadczeniu drobnych usług naprawczych w domach i mieszkaniach FP-owiczów.

Rentownia
To tak naprawdę firmowa wypożyczalnia sprzętu, dzięki czemu FP-owicze nie muszą kupować narzędzi i wyposażenia, które są im potrzebne incydentalnie. Oferta Rentowni jest aktualizowana sezonowo.

Mieszkania do pracy zdalnej w Gdańsku i Szczyrku
W dobie pandemii okazało się, że można pracować praktycznie z każdego miejsca na ziemi, a jedyne, czego potrzeba, to stabilne łącze internetowe i dostęp do energii elektrycznej. Dlaczego zatem nie zamienić własnego domu lub biura na mieszkanie nad morzem lub w górach? Podczas tygodniowego pobytu w Gdańsku lub Szczyrku da się pracować zdalnie i połączyć to np. z urlopem wypoczynkowym, by przez kilka dni doładować baterie.

Rezultaty projektu:

Nowe benefity dały zespołowi wiele satysfakcji, a twórcom przedsięwzięcia przyniosło świeże spojrzenie na zarządzanie kapitałem ludzkim oraz bardziej holistyczne podejście do pracy i pracownika. Nagradzanie i docenianie w organizacji przyjęło również formę dobra wspólnego. Future Processing udowodniło też, że jest dobrym partnerem jako pracodawca, który ma spójną kulturę organizacyjną, stawia na proludzkie podejście i dba swój o zespół.

#KONKURS #ZAANGAZOWANIE #MOTYWACJA

Rozwijaj się z North

North.pl Sp. z o. o. Sp. k.

ALEKSANDRA **FIJOŁEK**

Employer Branding Manager w North.pl Sp. z o.o., Sp.k.

Employer Branding Manager z wieloletnim doświadczeniem pracy w marketingu. Ponad 10-letni staż w branży e-commerce. Absolwentka Uniwersytetu Szczecińskiego i Politechniki Koszalińskiej. Organizuje projekty rozwojowe i szkoleniowe dla pracowników, koordynuje działania rekrutacyjne, dba o skuteczne realizowanie strategii komunikacyjnej.

north.

ROZWIJAJ SIĘ Z NORTH, CZYLI OSWAJANIE PRACOWNIKÓW Z NOWYM WIZERUNKIEM

Aleksandra Fijołek

O firmie North:

Od 2008 roku firma uświadamia konsumentów, że uszkodzony sprzęt AGD i RTV da się po prostu naprawić. Twierdzi, że może to zrobić praktycznie każdy. Są wsparciem od momentu diagnozy problemu, poprzez zakup odpowiedniej części aż po pomoc przy jej wymianie. Wspierają ekologiczne rozwiązania!

Cele projektu:

Głównym celem konkursu było większe zaangażowanie pracowników w projekty i procesy zachodzące w firmie oraz poprowadzenie własnego projektu od podstaw aż do momentu wdrożenia. Akcja miała też na celu zmotywowanie pracowników do działania, dzielenia się pomysłami oraz pokazanie, że niezależnie od zajmowanego stanowiska, czy pełnionej roli, każdy głos jest ważny i zostanie wysłuchany.

Założenia projektu:

- Akcja była skierowana do wszystkich pracowników.
- Konkurs wewnętrzny, w ramach którego pracownik mógł przedstawić projekt, który chciałby zrealizować w firmie.
- Pracownicy mogli zgłosić dowolny projekt, jaki chcieliby zrealizować, także taki, który wykraczał poza ich obszary specjalizacji.
- Do odbioru nagrody uprawniało dopiero wdrożenie projektu, a nie samo zwycięstwo w konkursie.

- Rozwojowa nagroda. Główną nagrodą dla pomysłodawcy zwycięskiego projektu był udział w dowolnym, wybranym przez siebie szkoleniu bądź konferencji. Dodatkowo zwycięzca otrzymał premię w wysokości 3000 zł. By zachęcić jak największą ilość osób, do zaangażowania w konkurs oraz umilić wygrany wyjazd ustalono, że nagroda obejmie 2 bilety wejściowe na wybrane wydarzenie, tzn. zwycięzca będzie mógł zabrać ze sobą kolegę lub koleżankę z firmy.

Konkretne działania w celu realizacji programu motywacyjnego Rozwijaj się z North rozpoczęto pod koniec 2020 roku. Przygotowano i opracowano zasady, regulamin, plakaty informacyjne.

Przebieg projektu:

Cele projektu:

W ramach pierwszej edycji konkursu od pracowników North wpłynęło 7 zgłoszeń. Wszystkie projekty były przemyślane i należycie rozpisane. Każdy uczestnik reprezentował inny dział firmy i był całkowicie zaangażowany. Spełniło się jedno z założeń pomysłodawców konkursu – pracownik z działu SEO stworzył projekt employer brandingowy, wychodząc poza obszar swoich codziennych obowiązków. Pracownicy myślą już nad projektami do drugiej edycji konkursu, która wystartuje z początkiem listopada.

#BEZPIECZENSTWO

#WELLBEING

#PSYCHOLOGIA

GROW PGO

PGO S.A.

ALEKSANDRA **ŁOZOWSKA**

Specjalista ds. szkoleń i rozwoju oraz psycholog w Grupa PGO

Jako specjalista ds. szkoleń i rozwoju wykorzystuje swoje ponad 12 letnie doświadczenie w obszarze HR. Certyfikowany asesor A&DC, moderator Design Thinking, a także użytkownik kwestionariusza PAPI, Facet5, oceny 360 Ostendi. Wspiera partnerów biznesowych w realizacji projektów szkoleniowo-rozwojowych, AC/DC, ocenie kompetencji metodą 360° oraz sesjach feedbackowych.

GROW PGO – WYJDŹ SOBIE NAPRZECIW

Aleksandra Łozowska

O firmie Grupa PGO:

Grupa PGO jest polskim liderem produkcji odlewów i odkuwek dla przemysłu. Zakłady produkcyjne pracują nieprzerwanie od kilkudziesięciu lat, a początki Kuźni GLINIK sięgają 1883 roku. Najwyższej jakości produkty powstające w 3 wyspecjalizowanych zakładach, mają zastosowanie w wielu gałęziach przemysłu w Polsce i na świecie. PGO jest też spółką portfelową TDJ, rodzinnej firmy inwestycyjnej, działającej w wielu sektorach gospodarki.

Założenia projektu:

Pod koniec 2020 r., autorzy projektu ruszyli z psychoedukacyjnym rozwiązaniem GROW PGO: Wyjdź sobie naprzeciw.

Założenia projektu:

- częstotliwość organizowanych webinarów – raz w miesiącu,
- czas trwania webinaru: 40 min,
- 30–40 uczestników na każdym webinarze.

Cele projektu:

- Efektywne zaadresowanie potrzeb i wsparcie pracowników w obszarze dbania o swoją kondycję psychiczną oraz rozwój.

Przebieg projektu:

Tematy poruszane do tej pory podczas webinarów związane były z realizacją celów, pozytywnym myśleniem, radzeniem sobie w sytuacjach stresowych, czy wypaleniem zawodowym, metodami relaksacji i pracy z emocjami. Zdarzały się również całkiem „lekkie" tematy, np. psychologia miłości. Uczestnicy webinariów w przeprowadzonej ankiecie sami zadecydowali, z jakimi zagadnieniami chcą się zapoznać. Dodatkowo, aby budować poczucie zaangażowania, zorganizowano konkursy z nagrodami po webinarach. Jedną z nagród były np. sesje psychologiczne w nurcie TSR (Terapii Skoncentrowanej na Rozwiązaniach).

Rezultaty projektu:

Po prawie roku funkcjonowania projektu, poziom zainteresowania webinarami nadal się utrzymuje – co oznacza od 40 do 80 uczestników na każdym webinarze. Jednocześnie po wprowadzeniu webinarów, aż o 50% wzrosło zainteresowanie indywidualnymi sesjami psychologicznymi. Może to świadczyć o wzroście świadomości w obszarze dbania o swoją kondycję psychiczną, ale też o odwadze do zgłaszania się, jeżeli pojawią się jakieś wyzwania czy problem, na który warto spojrzeć przy współpracy z psychologiem.

#AUTOMATYZACJA

#PLATFORMA

#DIGITALIZACJA

Digitalizacja procesów HR i zmiana kultury komunikacji w firmie

SERIS KONSALNET HOLDING S.A.

KATARZYNA **BUDZIK**

Dyrektor HR Grupy Seris Konsalnet

Z rynkiem HR-owym związana od 1998 r. Szefowa HR z wieloletnim doświadczeniem konsultingowym w zakresie podnoszenia produktywności, a także budowania systemów wynagrodzeń, oceny i rozwoju pracowników oraz systemów motywacyjnych dla największych firm. Absolwentka studiów doktoranckich Głównej Szkoły Handlowej w Warszawie.

DIGITALIZACJA PROCESÓW HR I ZMIANA KULTURY KOMUNIKACJI W FIRMIE

Katarzyna Budzik

O Grupie SERIS Konsalnet:

Największa agencja ochrony w Polsce oraz część międzynarodowej Grupy SERIS – jednego z globalnych liderów rynku security. Działa w Polsce od ponad 25 lat, świadcząc usługi w każdym segmencie tego rynku: ochronie fizycznej, monitoringu obiektów stacjonarnych oraz monitoringu GPS pojazdów, a także projektowaniu i realizacji technicznych systemów zabezpieczeń. Firma to nie tylko agencja ochrony, ponieważ realizuje także usługi utrzymania czystości, co czyni firmę biznesowym partnerem kompleksowych rozwiązań.

Założenia projektu:

Redukcja zużycia materiałów biurowych w procesie obsługi pracowników, szybki dostęp do informacji dla wszystkich pracowników, redukcja kosztów wysyłki dokumentów pracowniczych, krótkie terminy dostarczenia pracownikom niezbędnych dokumentów i informacji.

Cele projektu:

Kierując się swoimi wartościami — Planet, People, Profit, Grupa SERIS Konsalnet chciała osiągnąć cele takie, jak:

- redukcja zużycia materiałów biurowych w procesie obsługi pracowników,
- szybki dostęp do informacji dla wszystkich zatrudnionych,
- redukcja kosztów wysyłki dokumentów pracowniczych,

- krótkie terminy dostarczenia pracownikom niezbędnych dokumentów i informacji,
- uwolnienie powierzchni biurowej i zasobów pracy.

Wszystkie cele z powyższej listy zostały osiągnięte, przynosząc oszczędności roczne w wysokości blisko 1 mln złotych.

Przebieg projektu:

Projekt był realizowany zasobami własnymi przy udziale narzędzia firmy NAIS na przełomie roku 2019/2020. Odbiorcami tego projektu byli wszyscy pracownicy grupy SERIS w Polsce, czyli około 19 tysięcy osób zatrudnionych.

Projekt zakładał stworzenie platformy, na której każdy z pracowników (niezależnie od miejsca zatrudnienia) będzie miał możliwość samoobsługi w zakresie wyboru benefitów, pobrania niezbędnej dokumentacji, otrzymania dofinansowania, czy uzyskania niezbędnych informacji z życia firmy bądź skorzystania ze szkoleń pracowniczych.

Z drugiej strony należało zautomatyzować proces obsługi pracowników, uwzględniając obsługę całego procesu ZFŚS łącznie z organizacją zdalnych posiedzeń komisji ZFŚS, która również w sposób automatyczny zatwierdza tysiące wpływających wniosków o dofinansowanie różnego rodzaju świadczeń.

Rezultaty projektu:

Wszystkie działania przyniosły zaskakujące i pozytywne rezultaty w bardzo krótkim czasie. Liczba aktywnych użytkowników wzrosła z 5 proc. do 60 proc., co przy aktualnym poziomie zatrudnienia oznacza ponad 10 tysięcy zalogowanych pracowników. Skrócił się znacząco czas obsługi pracowników w zakresie świadczeń i benefitów, dzięki czemu jakość obsługi klientów wewnętrznych uległa poprawie. Dzisiaj niemal 80 proc. PIT-ów za 2019 rok opublikowanych w NAIS pracownicy pobrali samodzielnie w odpowiednim terminie. Co miesiąc ponad 25 proc. pasków płacowych pobieranych jest tą samą drogą. Komisje socjalne rozpatrzyły już ponad 3 tysiące wniosków o dofinansowania z ZFŚS. Wszystko online, bez wydrukowania nawet jednej strony.

Warto podkreślić że wszystkie funkcjonalności uruchamiane były w odstępach czasu w przeciągu pięciu miesięcy 2020 roku. Pełna funkcjonalność została osiągnięta w czerwcu 2020. Stale wzrasta odsetek pracowników, którzy aktywują konta w aplikacji NAIS w wyniku dołączania stosownej informacji i instrukcji dostępu do platformy do umów o pracę dla nowo zatrudnianych.

#EMPLOYERBRANDING #REKRUTACJA #OUTPLACEMENT

Przede wszystkim ludzie - procesy HR elastycznie dostosowane do zespołu, od preboardingu po outplacement

EENGINE.pl Sp. z o. o.

ANNA **KAZNODZIEJ** | PATRYCJA **BIAŁOOKA**

Chief Human Resources Officer w firmie EENGINE

Jej zadania w EENGINE polegają na sprawowaniu pieczy nad całym cyklem życia pracownika w organizacji; od rekrutacji, po exit interview. 18 lat doświadczenia zawodowego, zarówno w dziedzinie komunikacji jak i project managementu, ma przyjemność wykorzystywać w codziennej pracy z osobami zatrudnionymi w EENGINE. Ponadto pełni rolę Certyfikowanej Trenerki FRIS®, wskazując pracownikom ich mocne strony.

HR Manager w firmie EENGINE

Posiada 7-letnie doświadczenie w HR, w firmach z branży IT, e-commerce, logistyki i telemarketingowej. Samodzielnie prowadzi procesy rekrutacyjne na stanowiska specjalistyczne i menedżerskie. Dba o rozwój oraz dobre samopoczucie pracowników, rozumie ludzi, biznes i ich wzajemne potrzeby.

EENGINE
Value Based Software

PRZEDE WSZYSTKIM LUDZIE — PROCESY HR ELASTYCZNIE DOSTOSOWANE DO ZESPOŁU, OD PREBOARDINGU PO OUTPLACEMENT

Anna Kaznodziej, Patrycja Białooka

O firmie EENGINE:

EENGINE zajmuje się tworzeniem oprogramowania dla biznesu oraz instytucji naukowych. To software house, który swoje doświadczenia czerpie głównie z branży e-commerce. Projektuje aplikacje dla systemów sprzedażowych, logistycznych oraz aplikacje analityczne. Integruje systemy.

Założenia projektu:

Konieczność zmiany procesów rekrutacyjnych, by poprawić doświadczenia kandydatów i stworzyć jeszcze przyjemniejsze środowisko pracy. Zmiana procesów rekrutacyjnych w celu poprawienia doświadczeń kandydatów i diagnoza potrzeb pracowników by stworzyć jeszcze przyjemniejsze środowisko pracy.

Cele projektu:

Główne cele projektu zrealizowanego w EENGINE to:

- poprawa candidate experience,
- przyciągnięcie do firmy specjalistów,
- stworzenie środowiska pracy, które skłoni ich do rozwoju i zapewni wsparcie oraz zmniejszenie rotacji w zespole.

Przebieg projektu:

Poprawa candidate experience wiązała się z:

- usprawnieniem procesu rekrutacji tak, by kandydat był w nim możliwie najkrócej (zmniejszenie liczby etapów, wdrożenie Applicant Tracking System),
- położeniu nacisku na komunikację z kandydatem – informowanie od samego początku o przebiegu rekrutacji,
- przygotowaniu materiałów rekrutacyjnych wspomagających kandydatów.

Preboarding i onboarding:

- nawiązywanie relacji i pomoc kandydatom przed podpisaniem umowy z firmą,
- rozłożenie onboardingu na 90 dni, w trakcie których pracownik objęty jest szkoleniami, badaniami motywacji, programami mentoringowymi i szczególną opieką HR.

Sposoby tworzenia przyjaznego środowiska pracy:

- objęcie każdego pracownika programem mentoringowym. Pracownicy spotykają się ze swoimi opiekunami, dają i otrzymują feedback, rozmawiają o możliwościach i kierunkach rozwoju interesujących pracownika,
- system benefitów jest elastyczny i odpowiada na indywidualne potrzeby każdej osoby. Do wyboru pracownicy mają: karty sportowe, pakiety medyczne, dofinansowanie do leasingu samochodu, firmową biblioteczkę (online i offline), badania psychometryczne FRIS®, wewnętrzne szkolenia oraz budżet rozwojowy, który można przeznaczać na kursy, książki, wydarzenia branżowe lub spotkania ze specjalistami (tu również opieka psychologiczna),
- przeprowadzanie regularnych badań motywacji i satysfakcji przekładających się na konkretne wnioski i działania,
- powołanie stanowiska dla osoby czuwającej nad przebiegiem spotkań mentoringowych, konsultacji i komunikacji w zespole od strony merytorycznej, metodologicznej i psychologicznej.

Rezultaty projektu:

Udało się znacząco zmniejszyć rotację w zespole (do 1 osoby w 2021 roku), jednocześnie rekrutując 22 specjalistów. Wzrosło też zadowolenie członków zespołu z wykonywanej pracy i idąca za tym chęć angażowania się w kulturę organizacyjną.

Dalszemu powiększaniu zespołu muszą towarzyszyć kolejne zmiany, dlatego projekt ma stanowić punkt wyjścia do dalszego rozwoju organizacji.

#KOMUNIKACJA

#HOMEOFFICE

#WELLBEING

#BezpiecznizIntrum w pandemii" - innowacyjne podejście do employer brandingu w pandemii

Intrum Sp. z o.o.

AGNIESZKA **SUROWIEC**

Dyrektor HR i Komunikacji w Intrum

Posiada 22 lata doświadczenia zawodowego zdobytego w branży finansowej. W Intrum zaczynała jako konsultant Call Center i konsekwentnie rozwijała swoją karierę aż do obecnego stanowiska Dyrektora ds. HR i Komunikacji. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu dużymi zespołami, prowadzeniu poważnych projektów biznesowych, wdrażaniu inicjatyw, optymalizacji kosztów i rozwoju biznesu.

intrum

#BEZPIECZNIZINTRUM W PANDEMII, CZYLI JAK SKUTECZNIE DBAĆ O PRACOWNIKÓW W CZASACH KRYZYSU

Agnieszka Surowiec

O firmie Intrum:

Intrum powstało w wyniku połączenia szwedzkiej grupy Intrum Justitia oraz norweskiej grupy Lindorff, stając się europejskim liderem w dziedzinie zarządzania wierzytelnościami. W Polsce grupa Intrum obejmuje trzy spółki: Intrum Sp. z o.o., Intrum Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A. oraz Intrum Król & Wspólnicy Kancelaria Prawna Sp. k. Dba o to, aby ich klienci otrzymywali płatności na czas. Intrum pomaga również osobom zadłużonym odzyskać kontrolę nad swoimi finansami.

Założenia projektu:

Wsparcie pracowników w odnalezieniu się w nowej rzeczywistości (porady, jak efektywnie pracować z domu), menedżerów Intrum w zarządzaniu zespołami pracującymi zdalnie oraz kompleksowe wsparcie firmy w dbaniu o wellbeing wszystkich pracowników.

Cele projektu:

Przeprowadzona analiza wykazała, że należało stworzyć nowe narzędzia do komunikacji wewnętrznej, które miały pomóc pracownikom odnaleźć się w nowej rzeczywistości (porady, jak efektywnie pracować z domu), a menedżerom Intrum zarządzać zespołami pracującymi zdalnie. Narzędzia te miały też ułatwić organizacji dbanie o wellbeing wszystkich pracowników w tak stresującej sytuacji, jaką jest praca w kryzysie wywołanym pandemią. Chodziło również o zadbanie w szczególny sposób

o tych pracowników Intrum, którzy w czasie lockdownu musieli z konieczności pracować w biurze. Te potrzeby stały się podstawą stworzenia kampanii #BezpiecznizIntrum w pandemii.

Przebieg projektu:

intrum

„Bezpieczni z Intrum" – akcja komunikacyjna skierowana do pracowników Intrum

Przygotowanie dedykowanych e-booków i porad w postaci instruktaży wideo – jak pracować zdalnie

Dbanie o wellbeing pracowników w czasie pandemii – dedykowany cykl

Akcje dedykowane pracownikom Intrum pracującym z biur w czasie pandemii

Dodatkowe narzędzia/ dedykowane cykle komunikacyjne

Organizacja akcji dodatkowych wspierających dbanie o dobrostan pracowników

Źródło: Intrum

Rezultaty projektu:

Wszystkie przeprowadzone analizy pokazują, że wdrożenie rozwiązań w ramach projektu #BezpiecznieJIntrum w pandemii przyniosło realizację założonych celów w 100%, a nawet pojawiły się dodatkowe korzyści:

- Nie tylko zadbano o brak spadku motywacji pracowników w czasie kryzysu wywołanego pandemią, ale w tym trudnym czasie zespół Intrum odnotował realny wzrost efektywności. Firma wykorzystała czas lockdownu na umocnienie relacji między pracownikami i wzrost poczucia przynależności pracowników do organizacji, wsparcie ich w rozwijaniu własnych pasji w czasie wolnym.
- Dzięki przekazywanym informacjom na temat pracy zdalnej i poradom technicznym pracownicy realnie zwiększyli swoją wiedzę na temat nowych technologii.
- Zdecydowanie zwiększono świadomość pracowników w temacie dbania o work-life balance i dobrego samopoczucia (wellbeing).
- Dzięki dobrze zaplanowanemu przejściu na zdalny tryb pracy, pracownicy otrzymali odpowiednie warunki realizowania nie tylko codziennych działań, ale i nowych projektów. Przełożyło się to na wdrożenie w firmie nowych, innowacyjnych rozwiązań, które mają znaczenie nie tylko dla marki Intrum, są obecnie wykorzystywane w całej branży.

Firma zdobyła nowych Ambasadorów, którzy są jej najlepszą wizytówką. Pracownicy zainteresowani m.in. obszarem wellbeing zaczęli oddolnie organizować kolejne akcje (np. warsztaty jogi online lub czytanie bajek dla dzieci podczas lockdownu).

#ONBOARDING

#REKRUTACJA

#KOMUNIKACJA

Preboarding – nowe podejście Objectivity do komunikacji z kandydatami, którzy przyjęli ofertę i czekają na swój pierwszy dzień pracy

Objectivity Ltd

WOJCIECH **FILIPKOWSKI**

Recruitment&Onboarding Specialist, Objectivity Ltd

Posiada wieloletnie doświadczenie w agencjach pracy, agencjach zatrudnienia, agencjach pracy stałej i software house'ach. Jest odpowiedzialny za prowadzenie procesów rekrutacyjnych, employer branding, organizowanie udziału w targach pracy, budowanie relacji biznesowych i budowanie pozytywnego doświadczenia kandydatów.

PREBOARDING – NOWE PODEJŚCIE OBJECTIVITY DO KOMUNIKACJI Z KANDYDATAMI, KTÓRZY PRZYJĘLI OFERTĘ I CZEKAJĄ NA SWÓJ PIERWSZY DZIEŃ PRACY

Wojciech Filipkowski

O firmie Objectivity:

To innowacyjny lider technologii, którego specjalnością jest projektowanie, dostarczanie i wspieranie rozwiązań IT, które pomagają klientom rozwijać się. Celem firmy jest ułatwienie szybkiego rozwoju klientów przy jednoczesnym szacunku do tego, co klient już wypracował.

Założenia projektu:

Podniesienie jakości komunikacji z osobami, które przeszły proces rekrutacji i oczekują na dzień zatrudnienia w Objectivity.

Cele projektu:

Celem projektu było utrzymanie komunikacji i unikalnego kontaktu z osobami, które przeszły proces rekrutacji i (na przykład) ze względu na okres wypowiedzenia w poprzedniej firmie oczekują na dzień zatrudnienia w Objectivity.

Dodatkowym celem było także zwiększenie satysfakcji z procesu zatrudnienia nowych pracowników oraz zmniejszenie liczby wypowiedzeń w krytycznym momencie, jakim są pierwsze miesiące osoby nowo zatrudnionej w firmie. W 2021 roku 3 proc. nowych pracowników odeszło z firmy w trakcie okresu trzymiesięcznego wdrożenia. Jest to o 3 punkty procentowe mniej w porównaniu z poprzednim rokiem.

Przebieg projektu:

Projekt został podzielony na cztery kolejne elementy, które zostały wprowadzone i usprawnione w procesie komunikacji z kandydatami oczekującymi na zatrudnienie:

- **newsletter** – wprowadzoną zmianą było przesyłanie newsletterów do osób czekających na zatrudnienie. Newsletter wysyłany jest obecnie raz w miesiącu, a znaleźć w nim można takie tematy, jak zdobyte przez firmę nagrody i wyróżnienia, akcje CSR, ważne inicjatywy, np. wspierające zdrowie psychiczne, oraz nowinki technologiczne wdrożone w firmie,
- **welcome pack** – oprócz pysznej kawy, koszulki i powitalnej wiadomości zawiera również książkę Strengths Finder 2.0, która pomaga w określeniu swoich 5 talentów Galloupa,
- **"Welcome to Objectivity"** – mail od CEO Roba Helle'a, w którym wita on każdą z nowych osób, przesyła również informacje o tym, w jaki sposób można się z nim skontaktować osobiście, podając konkretne źródła i informacje o planowanych spotkaniach,
- **akcja CSR** – do akcji CSR zostały włączone również osoby, które formalnie pracownikami jeszcze nie są, aby w ten sposób celebrować ich dołączenie do firmy.

Rezultaty projektu:

Wymienione powyżej działania wpływają nie tylko na osoby, które dołączają do firmy, ale mają też znamienny wpływ na całą organizację. Grupą docelową projektu są oczywiście osoby, które otrzymały już ofertę pracy w Objectivity, ale oczekują jeszcze na swój pierwszy dzień w firmie. Niemniej jednak to, w jaki sposób zostają powitane, ile wiedzą o firmie, czy utożsamiają się z wartościami przez firmę promowanymi, wpływa niewątpliwie na ich wdrożenie, a co za tym idzie – na zadowolenie z późniejszej pracy. Wszystkie opisywane tu działania są również bezpośrednim odzwierciedleniem wartości firmy, które przyświecają Objectivity zarówno w codziennej pracy, jak i w kontaktach z przyszłymi i obecnymi pracownikami.

#SZKOLENIA

#EDUKACJA

#ROZWOJ

PGS Software Learning & Development

PGS Software S.A.

PATRYCJA **DACKO** | SYLWESTER **ZIMON**

HR Specialist w PGS Software S.A.

Współtwórczyni i koordynatorka programu Learning & Development. W PGS Software od 2018 roku realizuje projekty HR i wspiera procesy rekrutacyjne. Rozwija się także jako trener wewnętrzny, prowadząc szkolenia biznesowo-liderskie. Uwielbia pracę z ludźmi, ważny jest dla niej rozwój talentów i transparentna komunikacja.

Employer Branding Specialist w PGS Software S.A.

Wspiera projekt Learning & Development od strony komunikacji marketingowej oraz jako trener wewnętrzny. Doktor nauk społecznych i wieloletni praktyk różnych obszarów marketingu. Od 2017 roku w PGS Software rozwija się w dziedzinie Employer Brandingu oraz angażuje się w projekty HR. Swoją wiedzą i doświadczeniem dzieli się jako wykładowca Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie.

PGS SOFTWARE

PGS SOFTWARE S.A. LEARNING & DEVELOPMENT – FOCUS NA ROZWÓJ

Patrycja Dacko, Sylwester Zimon

O firmie PGS Software S.A.:

PGS Software jest jednym z największych w Polsce dostawców oprogramowania oraz usług informatycznych dla firm z całego świata. W biurach w Rzeszowie, Wrocławiu, Gdańsku, Frankfurcie i Londynie zatrudnia już blisko 820 specjalistów.

Założenia projektu:

Usystematyzowanie działań, które przełożą się na rozwój pracowników i podnoszenie jakości usług świadczonych klientom w oparciu o wartości firmy.

Cele projektu:

Celem powołania Learning & Development było uporządkowanie obszaru wewnętrznej wymiany wiedzy poprzez szkolenia i możliwość ich planowania z półrocznym wyprzedzeniem. Docelowo każdego roku co najmniej 20 proc. pracowników miało skorzystać z oferowanych szkoleń i innych możliwości rozwoju.

Learning & Development to działania skierowane nie tylko do nowych pracowników, którzy zaczynając pracę w PGS Software, przechodzą określony program rozwojowy. Oferta szkoleniowa jest na tyle szeroka, że praktycznie każdy pracownik może znaleźć coś dla siebie. W jej skład wchodzą zarówno szkolenia technologiczne oparte na programie mentoringowym PGS Upskill, jak i szkolenia liderskie oraz biznesowe.

Jednym z elementów Learning & Development jest PGS Upskill – intensywny program rozwojowy bazujący na mentoringu. Jego celem jest nauka nowych technologii lub wzmocnienie aktualnych umiejętności przez wykonywanie zadań symulujących kontekst biznesowy i technologiczny projektu komercyjnego. Upskille trwają maksymalnie 3 miesiące i są podzielone na sprinty, a ich uczestnicy regularnie spotykają się z mentorem na spotkaniach 1-1. Upskill kończy się testem końcowym prowadzonym przez mentora, na którym można potwierdzić zdobyte umiejętności. Tematy upskilli dobierane są w taki sposób, aby odpowiadały potrzebom biznesowym firmy i zmieniającym się realiom świata IT.

Przebieg projektu:

Learning & Development oparto na wewnętrznej wymianie wiedzy. Z pracowników PGS Software wyłoniono trzynastoosobowy zespół trenerów złożony z ekspertów z wieloletnim doświadczeniem oraz ponad 80 mentorów zaangażowanych w szkolenia technologiczne. Aby mocniej wspierać rozwój pracowników wdrożono również budżet rozwojowy, który opiera się na prostych i przejrzystych zasadach. Obecnie każdy pracownik PGS Software otrzymuje rocznie do 6200 zł do wykorzystania na rozwój swoich kompetencji. Część środków można wymienić na godziny do wykorzystania np. na udział w konferencjach czy szkoleniach w czasie pracy.

Rezultaty projektu:

Cel akcji zostały w pełni zrealizowany. W tym momencie pracownicy mają zarezerwowane szkolenia do maja 2022 roku włącznie. Przez trzy kwartały 2021 roku 161 osób wzięło udział w szkoleniach lidersko-biznesowych, 193 osoby przeszły przez szkolenie z podstaw SCRUM, a 83 osoby uczestniczyło w szkoleniach indywidualnych. Ze szkoleń technologicznych skorzystało dotychczas ponad 180 pracowników.

#KARIERA

#ROZWOJ

#EMPLOYERBRANDING

II MIEJSCE

Traffit Pathways

Traffit Sp. z o.o.

ANIKA **OSMÓLSKA**

People and Culture Manager, TRAFFIT

W TRAFFIT pełni rolę People and Culture Managera w poczuciu powołania i misji tworzenia przyjaznego i rozwojowego miejsca pracy. Zależy jej na edukacji innych organizacji, że pracownik to przede wszystkim człowiek i największa wartość firmy. Prywatnie miłośniczka pieczenia w wersji na słodko oraz podróży.

TRAFFIT

ŚCIEŻKI KARIERY Z TRAFFIT PATHWAYS

Anika Osmólska

O firmie TRAFFIT:

Firmę tworzy zespół pasjonatów IT i HR. Łącząc te dwie miłości razem, tworzy TRAFFIT. TRAFFIT to narzędzie do zarządzania rekrutacją w dużych i małych firmach, szczególnie w branży IT. System ATS wspiera rekruterów w ich codziennych zadaniach i sprawia, że znalezienie idealnego zatrudnienia jest łatwiejsze i szybsze. Udowodniło to już ponad 5000 zadowolonych rekruterów w Polsce i na świecie, którzy korzystają z TRAFFIT.

Założenia projektu:

Koncepcja projektu zakłada, że indywidualny wzrost pracowników jest powiązany ze wzrostem firmy i jej wynikami. Dzięki temu TRAFFIT może się szybko rozwijać bez stałego powiększania zespołu – inwestuje w kompetencje pracowników. Twórcom projektu zależało przede wszystkim na tym, aby określić jasno ścieżki kariery oraz rozwój każdego z pracowników firmy. Istotne było również utrzymanie standardów w zakresie równego traktowania wszystkich zatrudnionych w kwestii awansu i wynagrodzenia. Płeć, rasa, wyznanie religijne czy orientacja nigdy nie mogą mieć na wpływu na te kwestie. Liczą się kompetencje, zaangażowanie w wykonywane obowiązki oraz rezultaty pracy.

Cele projektu:

Podstawowym celem było wyznaczenie każdemu pracownikowi TRAFFIT określonej ścieżki rozwoju. Inicjatorzy TRAFFIT Pathways chcieli, aby w organizacji każdy miał możliwość bycia swoim mini menedżerem, bez względu na to, czy to zespół jednoosobowy, czy team składający się z 15 osób. Każdy ma szansę na rozwój i awans.

Głównymi wskaźnikami projektu były: wynik eNPS przeprowadzany kwartalnie, ilość awansów w miesiącu, TRAFFIT Skill Score (suma poziomów wszystkich pracowników), a także liczba certyfikatów.

Przebieg projektu:

Każdy pracownik wziął udział w indywidualnej rozmowie, podczas której zapoznał się z koncepcją oraz efektami TRAFFIT Pathways. Wszystkie rozmowy były podzielone na następujące części:

- przedstawienie pracownikowi koncepcji projektu oraz wyjaśnienie jego celów,
- omówienie ewaluacyjnych profili pracowniczych,
- wskazanie poziomu pracownika wraz ze ścieżkami finansowymi na danym stanowisku,
- ścieżka kariery pracownika,
- pytania i feedback.

Z uwagi na to, że każdy pracownik poznał szczegóły projektu w jednym dniu, wszyscy zapoznali się z ideą TRAFFIT Pathways, własnymi możliwościami rozwoju, zarobkami swoimi oraz innych w tym samym czasie. Dzięki temu wszyscy mieli równe szanse, aby zacząć pracować nad swoim rozwojem od następnego dnia pracy. Ważne było, by nie narzucać nikomu tempa rozwoju, żeby każdy działał wedle swojego uznania i możliwości. Po rozmowach każdy pracownik miał możliwość spotkania się i przekazania feedbacku menedżerom, a także wspólnego omówienia TRAFFIT Pathways i zaproponowania ewentualnych zmian w ścieżce.

Rezultaty projektu:

Efekty projektu to:

- 25 awansów w 7 miesięcy,
- 21 uzyskanych certyfikatów,

- wynik eNPS w grudniu 2020 wynosił 35, a w lipcu 2021 aż 73,
- 4 zatrudnienia z polecenia,
- wzrost do 166% pracowników polecających firmę swoim znajomym jako miejsce pracy.

Od momentu wprowadzenia TRAFFIT Pathways pracownicy organizacji mają poczucie, że ich rozwój i awans leży właśnie w ich rękach i czują się zmobilizowani do tego, by iść do przodu.

Dodatkowe korzyści dla firmy:

- skrócony czas udziału kandydata w procesie rekrutacji do średnio 10 dni,
- transparentne negocjowanie oferty,
- skrócona procedura akceptacji awansu do 24 godzin,
- stopniowe podwyżki płac – z perspektywy budżetowej jest to bardziej optymalne rozwiązanie, kiedy jest więcej podwyżek, ale w postaci niższych kwot niż jedna na rok i duża,
- wzrost motywacji, pewności siebie i chęci rozwoju u pracowników,
- wzrost liczby awansów (2021 — 25 vs. 2019 — 18).

Jak budować zaangażowanie, nawet jeśli nie masz budżetu?

Tekst przygotowany przez partnera konkursu i konferencji, firmę Enpulse

Magda Pietkiewicz | Prezes Zarządu, Zmotywowani.pl (Enpulse)
Współwłaścicielka Zmotywowani.pl, firmy z 10-letnim doświadczeniem w konsultingu HR, której częścią jest Enpulse – platforma badająca puls zaangażowania pracowników. Ekspert: Research Executive Agency (REA), Executive Agency for Small & Medium-sized Enterprises (EASME) oraz Consumers, Health, Agriculture and Food Executive Agency (CHAFEA). Z wykształcenia Inżynier Ochrony Środowiska oraz absolwentka studiów MBA z zakresu zarządzania biznesem na Oxford Brookes University.

O zaangażowaniu pracowników mówi się coraz częściej w kontekście budowania konkurencyjności przedsiębiorstwa. Zaangażowani pracownicy[1] odznaczają się większą produktywnością oraz silniejszym przywiązaniem do organizacji. Co zrobić, by skutecznie zwiększać zaangażowanie pracowników?

1. Zapewnij właściwe narzędzia do pracy

To pozornie oczywista rzecz, a jednak nie wszyscy zdają sobie sprawę z tego, że jednym z kluczowych elementów napędzających zaangażowanie pracowników jest dostarczenie im wszystkich narzędzi, których potrzebują, aby skutecznie realizować swoje zadania. Deloitte Global Human Capital Trends 2016 określa ten czynnik jako „infrastrukturę umożliwiającą" i uznaje go za najważniejszy aspekt napędzający zaangażowanie na całym świecie. W badaniach Enpulse[2] z 2020 ponad 70 proc. respondentów wskazuje odpowiednie narzędzia pracy jako bardzo istotne dla budowania pozytywnej kultury organizacyjnej oraz obniżenia stresu w pracy.

1. https://www.enpulse.eu/zaangazowanie-pracownikow/?utm_source=ICAN&utm_medium=ICAN&utm_campaign=ICAN&utm_id=ICAN

2. https://www.enpulse.eu/?utm_source=ICAN&utm_medium=ICAN&utm_campaign=ICAN&utm_id=ICAN

Infrastruktura firmy obejmuje narzędzia i procesy, których ludzie używają do ukończenia pracy, oraz możliwości organizacyjne, którymi dysponują. Przykład – jeśli protokoły bezpieczeństwa wymuszają konieczność zapamiętania czterech lub pięciu różnych haseł dostępu do oprogramowania firmowego, pracownicy mogą się frustrować. Zarówno pracownicy, jak i firma, woleliby w prawdopodobnie korzystać z prostszych procedur.

Jeśli nie wiesz, jak uprościć procesy lub jakie narzędzia są potrzebne, możesz zapytać najbardziej zainteresowanych – pracowników. Okaże się, że wiele rzeczy można naprawić wewnętrznie, poprzez wykorzystanie już istniejących zasobów lub uproszczenie bądź zautomatyzowanie biurokracji. Spróbuj wprowadzić tego rodzaju rozwiązania w swojej organizacji, wówczas przekonasz się, że czasem nawet niewielkie zmiany mogą okazać się skuteczne.

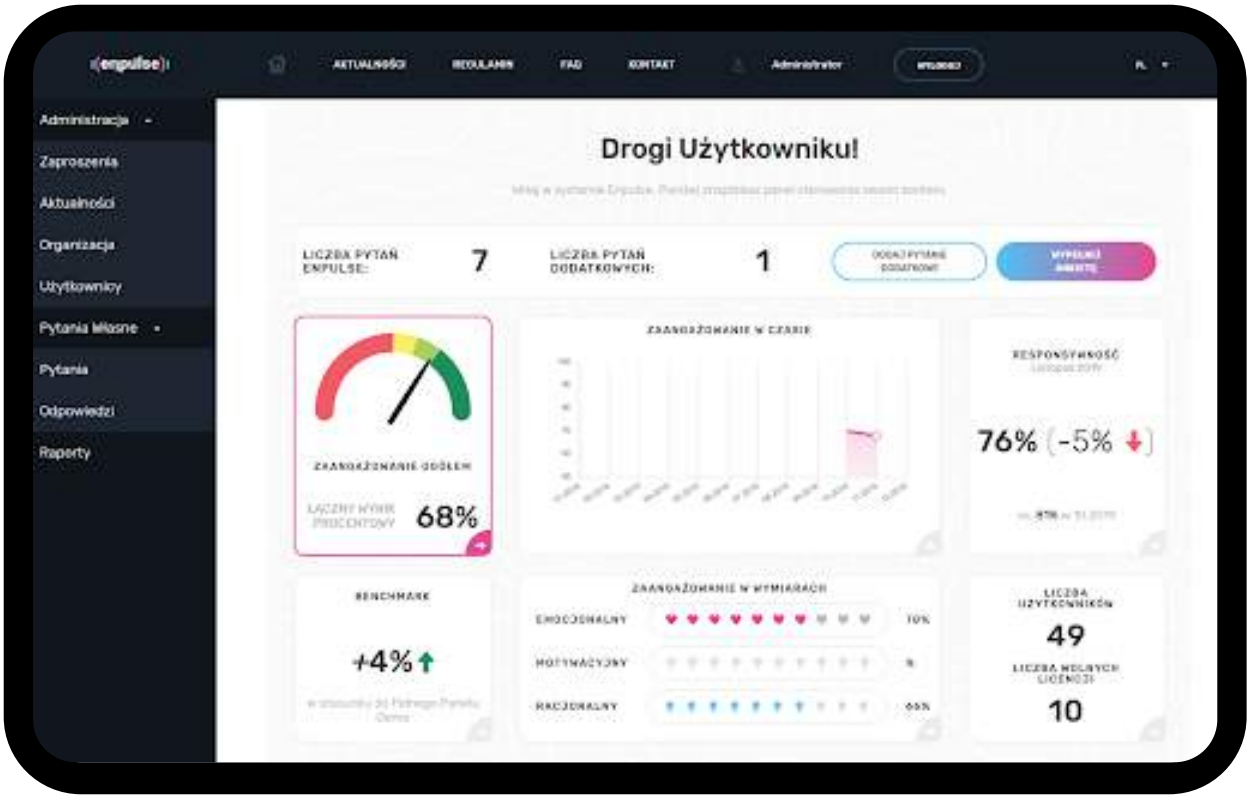
2. Poświęć uwagę danym

Obecnie wiele organizacji składa się z bardzo zróżnicowanych zespołów. Dlatego jednym z wyzwań dla zwiększenia zaangażowania pracowników jest ustalenie, które podejście będzie najlepsze w przypadku np. wielopokoleniowego zespołu. Odpowiedź nie jest prosta i może być nieco inna dla każdej organizacji.

W firmach korzystających z Enpulse[3] analizowane są czynniki dla każdej z grup, również w grupach demograficznych, co pozwala ustalić aktualne tendencje. Wyniki są udostępniane menedżerom, aby wiedzieli, czy grupy, którymi zarządzają, potrzebują np. publicznego uznania lub w grupie są pracownicy, którzy wolą pozostać w cieniu. Dane te mogą być również wykorzystane do identyfikacji potrzeb poszczególnych grup w zakresie zmiany obowiązków, rozwoju zawodowego czy osobistego. Wyniki ankiety pomagają w identyfikacji potrzeb, ale też problemów, i w wyznaczeniu najlepszych praktyk w zakresie zarządzania danym zespołem. Ułatwiają menedżerom zrozumienie odczuć oraz nastrojów panujących w grupie, a także motywowanie pracowników.

Niektóre preferencje wydają się niemal uniwersalne. U wielu osób większa autonomia i odpowiedzialność w pracy mogą prowadzić do większego zaangażowania. Często elastyczność decydowania o tym, kiedy i jak wypełniają zadania, motywuje ich do lepszej pracy. Na szczęście wielu pracodawców wydaje się rozumieć te potrzeby. Według raport Enpulse 2019 z badania zaangażowania pracowników ponad 72% pracowników twierdzi, że są zadowoleni z tego aspektu swojej pracy.

3. https://www.enpulse.eu/?utm_source=ICAN&utm_medium=ICAN&utm_campaign=ICAN&utm_id=ICAN



3. Zapewnij szkolenia i coaching

Tworzenie kultury sprzyjającej ciągłemu rozwojowi nie tylko pomaga pracownikom w zdobywaniu umiejętności potrzebnych do wykonywania pracy. Informuje ich również, że organizacja ceni swoich pracowników i wierzy w ich potencjał. „Im bardziej pracownik czuje, że firma inwestuje w swoją przyszłość, tym wyższy jest poziom zaangażowania", mówi Brad Shuck, adiunkt na University of Louisville, który specjalizuje się w rozwoju organizacji.

Na szczęście ogromny budżet szkoleniowy nie jest potrzebny do stworzenia sensownego programu rozwoju. Czasem najważniejsze jest, aby w organizacji położyć nacisk na przekwalifikowanie pracowników, aby uczyli się oni wykonywania zadań innych ludzi oprócz swoich własnych. W ten sposób możliwe jest odkrycie talentów, a czasem także znalezienie ciekawszego zajęcia dla pracownika. Tym samym może to obniżyć koszty rekrutacji i onboardingu na niektóre stanowiska oraz zabezpieczyć ciągłość procesów w przypadku wakatów.

Coaching jest kolejnym kluczowym składnikiem zaangażowania. Niektórzy liderzy firm obawiają się, że zapewnianie znacznych możliwości szkoleniowych nie ma obecnie

sensu, bo w dzisiejszym świecie pracownicy chętnie i często zmieniają miejsce pracy. Pamiętajmy jednak o tym, że inwestowanie w pracownika pomaga budować jego lojalność i zaangażowanie, a także przyciąga nowe talenty. Firma NC Kontener Store została uznana przez magazyn Fortune za jedno z najlepszych miejsc pracy w ciągu ostatnich 17 lat. Być może właśnie dlatego, że zapewnia każdemu pracownikowi ponad 250 godzin szkoleń w pierwszym roku pracy.

Pracownicy w Polsce często zgłaszają (według Enpulse 39% niezadowolonych), że organizacje szkolą pracowników niewystarczająco lub proponują szkolenia nieadekwatne do ich zainteresowań bądź nieprzydatne w pracy. Warto zatem przeanalizować rodzaje oferowanych szkoleń oraz ich poziom przed wdrożeniem. Pamiętajmy przy tym, że wewnętrzne szkolenia mogą być równie skuteczne co zewnętrzne.

4. Słuchaj pracowników

To dość oklepane, prawda? A jednak skuteczni liderzy stale zwracają baczną uwagę na to, co pracownicy mają do powiedzenia, i odpowiednio reagują na ich opinie.

To jeden z powodów, dla których coroczne badania pracowników są coraz częściej zastępowane lub uzupełniane przez miesięczne badania pulsu, a rozmowy o wydajności odbywają się częściej.

Kompleksowe podejście do słuchania nie tylko pomaga organizacji zidentyfikować i szybko rozwiązać problemy, ale także sprawia, że ludzie czują się docenieni. Takie podejście informuje pracowników, że ich opinie są ważne.

5. Integruj się

Zaangażowani pracownicy czują się emocjonalnie związani. Prostym sposobem, aby pomóc pracownikom bardziej dbać o swoje miejsce pracy, jest promowanie dobrych kontaktów między współpracownikami. W miejscu pracy zdrowe relacje osobiste są kluczowym składnikiem tworzenia efektywnych zespołów. Dobrze jest, jeśli ludzie po prostu lubią siebie nawzajem. Ułatwia to komunikację, zachęca do pracy, udzielania wzajemnego wsparcia i obniża poziom stresu związany z przyjściem do pracy. Wystarczy mieć otwarty umysł – integracja to niekoniecznie impreza bądź kolacja. To także wspólne uprawianie sportu (żeglarstwo, drużyna siatkówki, badminton), wyjazd na grzyby i wiele, wiele innych.

4. https://www.enpulse.eu/zaangazowanie-pracownikow/?utm_source=ICAN&utm_medium=ICAN&utm_campaign=ICAN&utm_id=ICAN

Istnieje dużo niedrogich opcji, które często wymagają poproszenia pracowników o poświęcenie własnego czasu i wykorzystania ich umiejętności. Tak długo, jak pracownicy są traktowani we właściwy sposób, podejmowanie tego podejścia może pomóc członkom zespołu poczuć się docenianymi za to, co wnoszą do organizacji.

Pracownicy, którzy lubią przebywać w swoim środowisku pracy, naprawdę poświęcają czas, wkładają wysiłek i chcą stworzyć świetny produkt czy usługę.

6. Projekty CSR

CSR to kolejna okazja, aby pomóc pracownikom w pielęgnowaniu bliższych relacji. Projekty społecznie odpowiedzialne można wdrażać bez wydawania pieniędzy lub przy minimalnym budżecie.

Co ważniejsze, spełniają istotną potrzebę pracowników związaną z poczuciem przynależności (do pracy, do społeczności) i **poczucia sensu**. Ludzie muszą czuć, że są potrzebni. Pomaganie innym pomaga nam samym.

Według raportu Deloitte jest to główny czynnik decydujący o zaangażowaniu. W weekendy lub po godzinach pracy pracownicy mogą sadzić drzewa, przygotowywać paczki świąteczne, opiekować się dziećmi, czytać w domach opieki, czy też pomagać w schroniskach dla zwierząt.

Kiedy pracownicy zobaczą, że firma ich wspiera w tych wszystkich działaniach, docenią to, bo będą wiedzieć, że firmie zależy na ludziach i lokalnej społeczności.

7. Doceniaj głośno i wyraźnie

Nie jest tajemnicą, że nagrody i uznanie mogą mają wpływ na zaangażowanie. Ważne jest, żeby wyraźnie przekazywać znaczenie pracy, jaką wykonują poszczególne osoby dla firmy. Ten przekaz daje ludziom lepsze wyobrażenie o tym, w jaki sposób realizują misję organizacji i jakie zachowania będą nagradzane.

Na przykład w Disney pracownicy wiedzą, że obsługa klienta jest najważniejsza i są znani z tworzenia magicznej atmosfery. To z kolei pomaga im połączyć się z pracą. Może w Twojej firmie też potrzebna jest magiczna atmosfera?

Zbyt często prezenty i nagrody są rozdawane po cichu lub gdzieś z boku. Oczywiście w niektórych organizacjach docenianie i nagradzanie odbywa się przy udziale konfetti

i głośnych fanfar. Jednak nie każdy będzie się dobrze z tym czuł. Zadbaj o to, aby sposób nagradzania i wyrażania uznania był zawsze dopasowany do ludzi, do których jest skierowany i do kultury organizacyjnej.

Uznanie jednostki jest ważne dla całej firmy, a managerowie powinni ustalać, jak dostosować je do konkretnej kultury organizacyjnej firmy i pracowników. Same nagrody to nie tylko rzeczy, a już na pewno nie kosztowne. Chodzi o gest. Czasem to mogą być czekoladki, czasem gadżet, a czasem publiczne wyrażenie uznania dla dobrze wykonanej pracy.

PARTNERZY PROJEKTU

MAGDALENA CZUBASZEK

Markus Feigl
Public Relations-Trainer
www.zielungsmacher.org

Katarzyna Bilińska-Reformat

LUDZIE Z CHARAKTEREM
MAGAZYN O LUDZIACH DLA LUDZI

Personel plus

ICAN INSTITUTE

GRUPAYAK

HOTEL ★★★ Srebrna Góra

TRUELEADER® BUSINESS SOLUTIONS

Teichert & Partners
psychologia i biznes

(enpulse)

LYKEION
Academy of Development

Dwór Elizy
HOTEL SPA

Anna Władyczuk

path.
SZKOŁA DOSKONALENIA

nais
FOR BETTER WORKPLACE

SUBEO WSPARCIE POD KONTROLĄ

EUREKA
Jerzy Fiłonowicz

Prezentmarzeń

PATRONI MEDIALNI

Personel plus

BRIEF

Dream Employer

HRnews.pl

WP

ICAN INSTITUTE

SeeWidely

re:post

CO DALEJ?

Czyli kilka słów o kolejnej edycji People Innovation

I edycja People Innovation dobiegła końca, jej zwieńczeniem jest e-book, którego lekturę masz za sobą. Wniosek, jaki nasuwa się po zakończeniu wydarzenia, jest taki, że wspieranie pozytywnych praktyk w obszarze kapitału ludzkiego powinno być wpisane w DNA każdej organizacji. 20 projektów zaprezentowanych w tym e-booku pokazuje, jak wiele pozytywnych zmian prowadzonych jest przez pracodawców. Nie wszystkie z nich mają możliwość ujrzenia światła dziennego poza organizacją, w której są wdrażane. A szkoda. Jednak to właśnie po to powstała inicjatywa People Innovation, by promować takie projekty, by pokazywać je szerszemu gronu odbiorców i w końcu po to – by edukować, jak dbać o kapitał ludzki w organizacji. Jako pomysłodawca i organizator People Innovation z pozytywnym nastawieniem patrzę na przyszłość kolejnych edycji konkursu. Wierzę, że jakość projektów będzie rosła z roku na rok, że coraz więcej firm odważy się zaprezentować światu swoje bardzo często ciekawe, inspirujące i unikalne projekty. Przecież niejednokrotnie dany projekt może być inspiracją dla innej organizacji, by zacząć lub jeszcze bardziej dbać o pracowników. Gdy wdrażałem wspomniany we wstępie tego e-booka "System pochwał pracowniczych" w 2018 roku, sporo osób mówiło: "Na co komu te pochwały?". Obecnie, po 3 latach, w mediach społecznościowych tak wiele mówi się i pisze o docenianiu, że to swoisty benefit, że to ponadczasowe dobro, o którym każdy powinien pamiętać. Tak samo może być z praktykami zgłoszonymi do konkursu People Innovation. Mogą one stać się inspiracją dla współczesnych i przyszłych pokoleń. W związku z tym już dziś zachęcam do zastanowienia się, czy organizacja, w której pracujesz, właściwie dba o pracowników. Niech People Innovation będzie dla Ciebie inspiracją do działania w obszarze kapitału ludzkiego, niech stanie się inicjatorem pozytywnych zmian.

Artur Dzięgielewski
HR Manager, SmartLunch

People
Innovation