



Премия
HR-бренд
2021

**Программа итоговой
онлайн-конференции
«Премия HR-бренд»**



СОБЕСЕДОВАНИЕ В ОДИН ЭТАП: ОПЫТ KORONAPAY

В Минске открылся центр разработки KoronaPay – финтех-бренда хорошо известной платёжной системы «Золотая Корона», одного из лидеров на рынке денежных переводов. В 2020 году компания вышла на рынок Евросоюза и продолжает активно расширять свою географию, дополнять и совершенствовать сервисы. Сегодня KoronaPay – это целый кластер современных онлайн-продуктов, предназначенных для проведения платежей, денежных переводов и кредитования.

Сейчас перед командой стоит задача за год вырасти в Беларуси до 100 ИТ-специалистов. Многоступенчатые собеседования, бесконечные тестовые и время на «подумать» – не наш случай. В KoronaPay решение о сотрудничестве принимается за несколько часов. При этом уровень экспертизы наших специалистов позволяет принимать взвешенные решения и быть уверенными в выборе.



Как всё устроено

После отклика с кандидатом связывается HR, задаёт ему несколько уточняющих вопросов по резюме и договаривается о собеседовании. В назначенное время кандидат, HR, руководитель и технический специалист (если нужно) встречаются и начинается интервью. Длится оно 1-1,5 часа и состоит из следующих частей:

1. Рассказ о компании, команде и проектах
2. Техническое интервью: обсуждение с кандидатом его опыта, разговор о технологиях, задачах
3. Общая часть: ответы на общие вопросы, оценка soft skills в соответствии с профилем должности через интервью, проектные методики, кейсы

Как правило, после этого мы сразу принимаем решение и сообщаем его кандидату в этот же день. В редких случаях берём паузу до следующего утра, если есть спорные моменты. Никакого лайвкодинга, потому что у нас нет задачи превратить собеседование в стресс для кандидата. Тестовые тоже обычно не даём, но иногда на интервью просим сделать ревью предложенного кода или решить какую-нибудь задачку, чтобы понять, как как человек мыслит в моменте, принимает решения.

По итогам встречи кандидат получает развёрнутую обратную связь независимо от того, готовы мы сделать оффер или нет. В ней мы всегда указываем сильные стороны, которые нас впечатлили, и даём рекомендации, что можно развить, на что обратить внимание.

Даже если сейчас мы по каким-то причинам не можем пригласить человека в команду, высока вероятность встретиться снова – и у кандидата уже будет позитивный опыт взаимодействия с компанией. Есть соискатели, которые хотят работать именно у нас, для них такая обратная связь – возможность прокачать действительно нужные компетенции, прийти в следующий раз максимально подготовленными и получить заветный оффер. Так случалось не раз.

Как мы этого добились

Чтобы сократить период между откликом на вакансию и оффером, мы выработали универсальную схему, которая помогает всем участникам быстро принимать решения.

1. Команда собеседующих или «собесотряд»

Люди, с которыми есть договорённость о том, что они принимают участие в интервью. На каждую команду таких людей должно быть несколько, чтобы не зависеть от одного человека. Это позволяет HR-менеджеру оперативно назначать собеседования, потому что не нужно каждый раз искать технического специалиста, договариваться и выбирать время в плотном графике. Для собесотряда интервью – такая же часть работы. В итоге участники команды не устают, потому что сменяют друг друга, и в день мы можем провести 4-5, а то и 6 интервью.

2. Матрица оценки кандидата

Таблица с ключевыми компетенциями для каждой должности, где учитываются hard и soft skills. По сути, это карточка кандидата, которая позволяет в любой момент вспомнить необходимую информацию о нём, а во время интервью помогает задавать правильные вопросы. С ней знакомы все участники собесотряда.

Бывает, что кандидат не подходит в конкретную команду, куда его изначально собеседовали, но может подойти в другой отдел. Тогда карточка и комментарии коллег помогают руководителю получить значимую информацию о специалисте, даже не общаясь с ним. В таких случаях мы объясняем кандидату ситуацию и, если он готов, назначаем повторное интервью на полчаса – только чтобы познакомиться и понять, комфортно ли будет работать вместе.

Матрица также помогает, если человек откликнулся повторно: после собеседования мы сравниваем старую и новую карточки и понимаем, прокачался он за это время или нет. Если прокачался, обычно делаем оффер.

Что говорят сами кандидаты

Большинство удивляются, когда на вопрос «сколько у вас этапов» мы говорим, что один. Пока на рынке так делают немногие, поэтому люди искренне радуются, что мы ценим своё и их время. Недавно один из наших сотрудников признался, что одновременно с KogonaPay рассматривал другую компанию, но, когда узнал, что собеседование там состоит из четырёх этапов, выбор стал очевиден.

Диалог на равных вместо лайвкодинга и тестовых делает интервью интересными – опять же, по признанию самих кандидатов. Иногда руководитель и/или инженер и соискатель настолько увлекаются обсуждением технических тонкостей и фич, что HR приходится напоминать им о тайминге и возвращать интервью в нужное русло. Но это происходит в крайних случаях, потому что мы понимаем, что именно такое общение создаёт ту самую искру, которая замотивирует кандидата принять оффер.

Хочешь пройти собеседование и стать частью команды? Добро пожаловать!

«МАСТЕРСКАЯ ПРОДАЖ». КАК «5 ЭЛЕМЕНТ» ОРГАНИЗОВАЛ ОНЛАЙН ОБУЧЕНИЕ НОВИЧКОВ

Какие вопросы возникают у кандидатов без опыта при поиске работы? Что нужно делать? Как этому научиться? Где я могу научиться необходимому для трудоустройства?

Ответ от «5 элемента» простой: **«Не переживайте! Научим, поддержим, поможем!».**



А сейчас немного подробностей. Так как специфика торговой компании в том, что многие, начинающие карьеру кандидаты, рассматривают работу в «5 элемент» как старт карьеры, отвечаем на вопросы. Организовываем процесс обучения в привычных для поколения Z интерфейсах, в игровом формате, в комфортной среде единомышленников похожего опыта и возраста, без лишнего прессинга в части контроля. Обеспечиваем своевременную и профессиональную помощь на стадии обучения, поддержку в адаптации на рабочем месте и преодолении психологических барьеров.

Скажем честно: не все, приходящие на работу в «5 элемент» специалисты по продажам, «продавцы от Бога». Для обучения новичков, в компании

работает «Мастерская продаж», основанная на реальных кейсах из розничных магазинов.

Чему учим? Навыку коммуникаций и техникам продаж.

Чем это полезно? В современном мире любой человек продает постоянно: себя работодателю, свою профпригодность на конкурентном рынке, товар или услугу (в том числе в собственном бизнесе). Из топ трех навыков, которые будут критически востребованы на рынке труда в течение следующих 10 лет – коммуникативный. Этот навык нужен всем.

Чему учим? Современным технологиям.

Чем это полезно? Кроме знаний техники, наши специалисты учатся работать в различных интер-

фейсах IT систем, что пригодится в любой компании на разных должностях. И еще, попадая во внутренние бизнес-процессы легче определиться, в какой области интересно развиваться дальше.

Чему учим? Работе с возражениями и приемам общения с разными людьми.

Чем это полезно? Очевидно, в мире, где люди все меньше общаются офлайн, нужно сохранять и развивать навык решения разных задач, находя общий язык с коллегами, друзьями, близкими и совершенно чужими людьми.

Как учим? Для этого в «5 элементе» работает проект «Мастерская продаж» – это двухнедельная программа обучения нового персонала, рассчитанная на приобретение знаний и развитие навыков, необходимых для качественного обслуживания клиентов. Стартует «Мастерская...» на площадке магазина под руководством опытных менеджеров, а завершается 3-х дневным онлайн-тренингом с использованием конференции Zoom и интерактивных досок Miro. Данный тренинг дает возможность участникам постигать искусство продаж в деятельности. Ребята общаются и экспериментируют, пробуют и ошибаются, генерируют идеи и обсуждают свои инсайты, спорят и находят решения. Вовлеченность, настроенность на результат, игровые механики при выполнении упражнений упрощают усвоение новой информации.

А для опытных продавцов, тех, кто желает соревноваться в мастерстве продаж, нами разработана настольная игра «Мастерская продаж». Участники поочередно примеряют роли продавца и покупателя, а специальные «Условия» в карточках, усложняют или облегчают кейс для продавца, ведь покупатели бывают разные. Такие кейсы разработаны под все группы товаров реализуемые в сети «5 элемент».

Для комфорта участников на сегодняшний день игра «Мастерская продаж» перенесена в онлайн формат.

Мы хорошо осознаем, что наша программа «Мастерская продаж» – это не железобетонная конструкция, а живой организм. Для нас чрезвычайно важна обратная связь членов команды обучения. Анализируя отзывы участников, мы адаптируем программу, совершенствуем инструменты, отрабатываем их на практике.

Вы все еще сомневаетесь, отправить ли свое резюме в «5 элемент»? Решайтесь!

«5 элемент» – сеть магазинов электроники и бытовой техники. Сегодня компания насчитывает 70 магазинов в 40 городах Беларуси. А также интернет-магазин 5element.by. «5 элемент» реализовывает сертифицированную продукцию от мировых и отечественных производителей. В ассортименте сети представлены более 100 тысяч позиций товаров.

Сегодня в компании работают более 3000 человек. Сеть «5 элемент» постоянный партнер социальных, спортивных и благотворительных мероприятий. Оказывает поддержку социальным инициативам различных направлений в сферах образования, здравоохранения, спорта и др.

Корпоративная платформа онлайн-курсов



Эксклюзивный
партнер ведущих
онлайн-школ

скоро

Skillbox

GeekBrains

CONTENTED

SKILLFACTORY

Product LIVE ●

Более **700** онлайн-курсов по востребованным направлениям

Фишки Lerna Corp , которые вас порадуют



Брендируемая платформа онлайн-курсов

Интерфейс платформы брендируется
логотипом компании



HR-дашборд для мониторинга обучения в компании

HR получает регулярную аналитику,
может видеть прогресс сотрудников



Автоматизация процесса онбординга сотрудников

Настроен автоматизированный процесс
подключения и знакомства сотрудников с Lerna Corp



Библиотека полезного контента

Сотрудники получают доступ к контенту по
релевантным для них тематикам

скоро

Бонусы для всех участников конференции HR-бренд

Skillbox

до 28 февраля

Скидка **55%**
на онлайн-курсы Skillbox
по направлению HR
по промокоду **HRBRAND_55**

Получить промокод

Lerna Corp

Бесплатное подключение
к Lerna Corp с возможностью
обучения с бюджетом
и без бюджета

Подключить Lerna Corp

СТАНДАРТЫ И ПОРЯДОК. КАК ПОВЫСИТЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ В КОМПАНИИ?

Компании, которые осуществляют аудиторские и бухгалтерские услуги, следуют трендам и активно занимаются развитием своего бренда работодателя. Один из ярких примеров внимательного отношения к сотрудникам и работы над HR-брендом - частное торговое унитарное предприятие «Эльбай» (далее – Эльбай). В компании в период с декабря 2018 года по декабрь 2019 года был внедрён проект, касающийся трудоустройства на предприятие и непосредственно работы при оказании бухгалтерских аутсорсинговых услуг клиентам. Он успешно реализуется и сейчас.

Мы разработали и внедрили следующие элементы работы для всех сотрудников Эльбай:

- стандарт обслуживания и методы работы с заказчиками;
- договоры на оказание возмездных услуг (как разовых, так и длительного характера), в полной мере учитывающие интересы обеих сторон;
- приказы о закреплении заказчика (заказчиков) для постоянного обслуживания за каждым бухгалтером Эльбай в рамках условий действующих договоров;
- порядок устного и письменного взаимодействия в случае спорных и сомнительных ситуаций бухгалтера Эльбай с руководством заказчиков (и (или) с уполномоченными представителями), бухгалтера с руководством Эльбай, а также руководителей заказчиков (или лиц, ими уполномоченных) и руководителями или представителями Эльбай, а также с государственными надзорными органами во избежание любого рода критических ситуаций в процессе обслуживания;
- порядок возмещения заказчиком Эльбай вреда в связи с осуществлением бухгалтерской деятельности через ежегодное страхование гражданской ответственности.

Сейчас Эльбай предлагает всем своим сотрудникам и работникам:

- стабильный и постоянный рост знаний и навыков;
- возможность обучения без отрыва от процесса оказания услуг;

- разнообразие обслуживаемых видов предпринимательской деятельности;
- постоянный доступ к ежедневно обновляющейся актуальной нормативной и законодательной информации через современные информационно-поисковые системы;
- работу с последними версиями учетной программы «1С-Бухгалтерия» с постоянным обновлением и возможностью автоматизации процессов;
- возможность самостоятельно влиять на величину своего заработка посредством увеличения объемов выполняемой работы с сохранением качества обслуживания за счет полученных и применяемых знаний, автоматизации рутинных процессов, применения современных методов и прогрессивных способов работы и т.п.

Накопленный опыт и лояльность бухгалтерского персонала Эльбай делают возможными лёгкую адаптацию в сложившемся коллективе и быстрое индивидуальное обучение новичков при условии их личного стремления и трудолюбия.

Стремление руководства Эльбай внедрять самое новаторское и актуальное в работу, начиная от усовершенствования программных продуктов, заканчивая новинками компьютерной и организационной техники, удобной мебелью и планировкой офиса в целом, позволяет создать на рабочих местах все условия для получения высокого финансового результата и достойного заработка каждому участнику процесса.

КАК В TWISTELLAR (ООО «ТВИСТЕЛЛАР») АВТОМАТИЗИРОВАЛИ ОНБОРДИНГ НАЧИНАЮЩИХ SALESFORCE-РАЗРАБОТЧИКОВ

Адаптация в новой компании может длиться до года и напоминать игру на выживание. Как правило, молодого специалиста погружают в незнакомый для него контекст с минимумом информации о реальных задачах, сопровождая это посылом “выплывает сильнейший”.

Переосмыслив привычный процесс онбординга, **СТО Twistellar Сергей Кочановский и его техническая команда создали прозрачную автоматизированную систему обучения**, чтобы эффективно подготовить новых специалистов к работе на реальных проектах за 12 недель.

Twistellar консультирует компании по вопросам оптимизации их бизнес-процессов (продажи, сервис, маркетинг, финансы и пр.) на платформе Salesforce. **За четыре года наша компания выросла до 100+ человек и каждый месяц мы нанимаем как минимум двух новых разработчиков.** Мы разрабатывали программу обучения с учётом того, чтобы она подходила новичкам с базовыми знаниями в программировании (принципы ООП, структуры данных) без привязки к определённому языку. Для успешного прохождения гораздо важнее способность быстро учиться, брать ответственность и показывать результат.

Несмотря на простоту использования, платформа Salesforce объединяет в себе огромное количество возможностей и технологий как низкого технического уровня (разработка бэкенд-алгоритмов и UI-компонентов), так и бизнес-ориентированных инструментов (BI, внедрение B2C, B2B решений и т.д.)

Разработчик в Salesforce становится tool agnostic специалистом, то есть не застревает на одном языке или инструменте. Одновременно с этим он развивается не только в программировании, но и в бизнес-экспертизе. Естественно, поначалу приходится освоить огромное количество новой информации и навыков.

Мы переосмыслили процесс обучения и решили уйти от традиционных методов для последовательного развития человека в контексте этой

экосистемы. Как правило, новички читают горы текста и проходят теоретические тесты, а на реальном проекте не представляют, как эти знания применить к запросам клиента. У нас же начинающий разработчик за 12 недель обучения получает концентрированную базу знаний и инструментов, которую специалисты в других компаниях обычно собирают самостоятельно годами.

Наш подход основан на симуляции реальных задач. Проходящий обучение анализирует историю компании-заказчика, адаптируется к изменениям требований и постепенно поставяет решение.

Онбординг длится 12 недель, в результате чего разработчик проходит все стадии развития типичного проекта. Симуляционный принцип Back ‘n’ Forth естественным образом подталкивает обучаемого к самопроверке.

Мы выделили следующие преимущества этой системы в отличие от традиционного подхода:

- **Быстрое погружение в рабочие задачи.** Сотрудник понимает свои задачи и роль на проектах, параллельно знакомясь с командой, сервисами и процессами компании.
- **Постепенное освоение полноценного стека технологий на практике (back, front, database, declaratives).**
- **Минимизация стресса на реальных проектах.** Благодаря симуляции непредсказуемого поведения клиента и усложняющихся задач, сотрудникам легче освоиться на своих первых проектах.
- **Развитие самостоятельности.** Система учит анализировать и самостоятельно находить ответы на вопросы. При этом можно обращаться за помощью к ментору по поводу навигации в программе или общих вопросов о компании.

Андрей, Junior Salesforce Developer:

Если ты Java- или JS-разработчик и никогда не работал с Salesforce, то тебе нечего бояться. У Salesforce своя модель обучения в виде трейлов или модулей. Ты изучаешь материал, отвечаешь на вопросы или выполняешь задание и зарабатываешь за это поинты или бэйджи себе в «карму». Задания, как правило, несложные и больше нацелены на понимание материала.

Но, как по мне, нет ничего лучше, чем учиться на реальных задачах. Так можно быстрее понять изученный материал и научиться применять освоенные инструменты.

У Twistellar свой подход к обучению. В первый же день ты получаешь совершенно реальный тикет с описанием требования заказчика в виде пунктов. Для каждого задания определено время на выполнение и срок сдачи.

В качестве подсказки есть ссылки на ресурсы – это трейлы и модули от Salesforce. Иногда трейлы от Salesforce не покрывают специфические пункты твоих заданий и приходится гуглить. Находишь дополнительные возможности изучить что-то, знакомишься с документацией и другими ресурсами. Весь материал только на английском. Мне кажется, что я в жизни не читал столько на английском, как в первый день. В процессе обучения ты учишься погружаться в задачу и находить ответы самостоятельно, не отвлекая коллег банальными вопросами. Единственное, чего может не хватать – это времени на изучение.

Александр, Junior Salesforce Developer

Новая программа обучения крутая, очень много практики, что гораздо лучше, чем непрерывное прохождение обучающих модулей от Salesforce. Могу сравнивать, т.к. друг параллельно проходил обучение в другой компании только по материалам от Salesforce. Программа учит самостоятельности в принятии решений, весь проект был строго под моим контролем. Хотелось бы больше асупс арех'а, хотя, с другой стороны, время обучения ограничено. Спустя 2 месяца обучения, если не раньше, я начал участвовать в реальных проектах. Программа обучения – это и есть проект, поэтому знания относительно просто наложились на рабочие задачи.

Мы серьезно относимся к эффективности и качеству услуг, которые оказываем заказчикам. Это возможно только при сплоченной работе команды, где каждый понимает свою роль и задачи.

Наш опыт показал, что автоматизированная форма обучения позволяет новым специалистам быстро влиться в процесс и чувствовать себя подготовленными и уверенными на проектах. Многие сотрудники говорят, что год в Twistellar равен трем в других компаниях. **Присоединяйтесь к нашей команде и убедитесь в этом сами!**

Перевод иностранных слов: Твистеллар, СТО (англ. Chief technical officer) – технический директор, UI (User Interface) – пользовательский интерфейс, B2B (business to business) – бизнес с бизнесом, B2C (business to consumer) – бизнес с потребителем, tool agnostic – независимый от инструментов, Backend – Бэкэнд, Enterprise – Предприятие, Frontend – Фронтэнд, Analysis – Анализ, Microservices – Микросервисы, Marketing Automation – автоматизация маркетинга, CRM (Customer Relationship Management) – управление отношениями с клиентами, ERP (Enterprise Resource Planning) – планирование ресурсов предприятия, Commerce – Коммерция, D2C (Direct to Customer) – прямо клиенту, Analytics – Аналитика, AI (Artificial Intelligence) – искусственный интеллект, Data Science – Наука о данных, (BI) Business Intelligence – бизнес-аналитика, Mobile Dev – мобильная разработка, Hybrid – гибрид, Web Dev – веб-разработка, Web Design – веб-дизайн, Storage – хранение, FTP (File Transfer Protocol) – протокол передачи данных, API (application programming interface) – программный интерфейс приложения, REST (REpresentational State Transfer) – передача репрезентативного состояния, SOAP (Simple Object Access Protocol) – простой протокол доступа к объектам, ESB (enterprise service bus) – Сервисная шина предприятия, Back'n'Forth – назад и вперед, back – бэк, front – фронт, database – база данных, declaratives – декларативы, junior Developer – младший разработчик.

КОГДА РАБОЧИЙ ДЕНЬ ВДОХНОВЛЯЕТ

Опыт отдела организации удаленных продаж и обслуживания премиальных клиентов Приорбанка Premium Direct.

Клиент – самое важное в работе любой компании, будь то банк, магазин или ресторан. От того, насколько сотрудники компании мотивированы, «горят» своим делом, зависит лояльность клиентов к бренду. Как сделать рабочий день наполненным живой и вдохновляющей энергией и поделиться этой энергией с клиентами — об этом мы поговорили с представителем Приорбанка.

Алексей Статкевич, около года назад стал руководителем отдела организации удаленных продаж и обслуживания премиальных клиентов Приорбанка Premium Direct. Пришел в банк в июне 2012 году, будучи студентом, на протяжении всей карьеры работал только с физическими лицами.



Чем отличается работа с ключевыми премиальными клиентами банка?

Наша работа изначально спланирована таким образом, что клиенту не нужно посещать отделение банка для обслуживания. **Ключевая идея сервиса – ценность времени**, которое клиенты не готовы тратить на ожидание. Мы все понимаем, что мир несется с огромной скоростью, а время самый ограниченный ресурс, который важно инвестировать в бизнес-достижения, образование, общение.

Мы также понимаем важность персонального подхода. Клиенту комфортно, если его обслуживает один и тот же специалист, с которым уже установлен контакт. Одно дело звонить каждый раз «на линию» разным менеджерам, другое дело — экономить время на истории запросов.

Персональный менеджер учитывает рабочий график клиента, чтобы понимать, когда лучше связываться для решения банковских вопросов. Он анализирует ваши запросы и готов ответить на

любой вопрос, а при необходимости, может обратиться за помощью к другим экспертам банка и решить специфическую задачу.

Главное, что он будет предлагать только то, что вам необходимо и выгодно. Кроме этого, если вы закажете какую-либо услугу, персональный менеджер организует ее исполнение и доставку курьером документов (например, кредитный договор, выписка) или карточки в удобное для вас время и место.

Что вдохновляет сотрудника Premium Direct?

Отсутствие шаблонов. Например, у вас есть список из 100 стандартных вопросов и ответов, через какое-то время вы его выучите и всё, ничего нового не происходит. Такой формат довольно быстро надоедает, хоть и облегчает (на начальном этапе) работу.

Индивидуальная работа с премиальным клиентом сложнее, но интереснее. В нашем отделе не бывает однообразных, шаблонных рабочих дней. Неважно, какой опыт работы у тебя за плечами. Каждый день ты можешь столкнуться с нестандартной задачей, которую тебе не приходилось раньше решать.

Молодой быстрорастущий коллектив. Период роста клиентов банка совпал с периодом роста отдела. Мы начинали с отдела в 6-7 человек, а сейчас в нем трудятся 34 сотрудника.

Мы стараемся поддерживать **атмосферу дружбы и взаимовыручки**. Новый сотрудник знает, что он может обратиться за советом и помощью к своим коллегам, и получить подробную консультацию. Если один из менеджеров в отпуске или на больничном, то другой член команды возьмет его клиентов и исполнит все запросы.

Из каких основных этапов состоит рабочий день сотрудника Premium Direct?

Начало дня традиционное 9.00.

С 9.00 до 9.30 проходят корпоративные онлайн-встречи (calls), обучение, анализ успехов за текущий период, обсуждение организационных вопросов, ответы на письма электронной почты; построение плана на день. У менеджеров есть ежемесячный план и показатели эффективности, **а ежедневное и еженедельное планирование осуществляется самим экспертом.**

9.30 начинают работу телефонные линии (это время определено в результате анализа клиентской активности). Менеджер находится на связи со своими клиентами до 18 часов.

Мы регулярно отслеживаем обратную связь от клиентов. Для поощрения лучших раз в квартал **мы выбираем лучшего менеджера по работе с премиальными клиентами.**

Уникальны взаимоотношения в команде «руководитель-подчиненный». Сотрудник может подойти с любой просьбой профессиональной или личной. Мы открыто обсуждаем любые вопросы, сомнения, переживания, недовольства, ошибки и достижения. **Принцип «не ошибается тот, кто ничего не делает» является ключевым в коммуникациях.** Действенный метод, позволяющий предотвращающий последующие ошибки, способствует осознанности в работе.

Регулярно 1 раз в полгода проводятся **персональные встречи**, цель которых обмен мнениями о работе и поиск точек роста сотрудника. Например, во время индивидуальных встреч сотрудник обсуждает рабочие вопросы, продумывает совместно с руководителем личный план развития навыков и компетенций. В свою очередь, руководителю сотрудник можно подсказать, как улучшить передачу информации между менеджерами отдела, чтобы сделать работу эффективнее.

Диалог предполагает честное информирование о вопросах деятельности отдела и руководителя. **Готовность к критике, умение принимать и давать обратную связь является залогом непрерывного улучшения качества сотрудничества и бесценный опыт.** Период адаптации нового сотрудника всегда содержит установку **на конструктивное восприятие обратной связи от клиента. Поскольку она помогает держать в фокусе внимания потребности клиента и сотрудника. В этом легко убедиться, став членом команды или клиентом Приорбанка.**

Перевод иностранных слов: Premium – премиум, Direct – прямо/напрямую

7 ПРАВИЛ ДОМА НАТУРАЛЬНОЙ КОСМЕТИКИ ИЛИ 7 ПРИЧИН ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К ДРУЖНОЙ КОМАНДЕ «ДНК»



Мы – сеть магазинов Дом Натуральной Косметики.

15 лет назад идея собрать в одном месте одни из лучших косметических продуктов, сделанные с заботой о человеке и о природе, воплотилась в первом магазине ДНК. С тех пор мы кое-что поняли. Например, что понятие «натуральный» не так однозначно, как может показаться на первый взгляд: натуральность – не всегда равно эффективность, а экологичность – это не только про состав и условия производства, но и про отношения с клиентами и партнерами, про атмосферу в офисе и даже про мышление. Сегодня, формируя ассортимент ДНК, мы стремимся к балансу между натуральностью и эффективностью, а отношения с сотрудниками, клиентами и партнерами стараемся строить честно и экологично. Как? Сейчас расскажем.

1. Тщательный отбор продукции для ДНК: после изучения составов и сертификатов экспертами, мы обязательно раздаем новинки на тестирование нашим сотрудникам, формируем

фокус-группу, и только лидеры по отзывам отправляются на полки магазинов.

2. Доверие и забота: мы заботимся о том, чтобы наши сотрудники пользовались лучшим уходом всегда, поэтому дважды в год дарим им суперскидки на весь ассортимент, бьюти-боксы к Новому году и сертификат ко Дню Рождения.
3. Вовлеченность и общение: каждый сотрудник может влиять на бизнес-процессы всей компании, предлагать идеи, участвовать в мозговых штурмах, общаться на равных и быть услышанным, независимо от должности и подразделения. Мы ценим активность.
4. Атмосфера: клиенты отмечают, что в наших магазинах она особенная и создают ее, конечно же, люди – консультанты и менеджеры. А для ее поддержания и создания конкурентной среды мы регулярно поощряем команды магазинов призами и мини-корпоративами на выбор (в условиях пандемии, это актуально) за хорошие результаты.

Офис Дома Натуральной Косметики – это настоящий Дом – в буквальном смысле – и в нем на каждом этаже кипит жизнь. Приобретение 2021 года – укромная беседка с диванчиками из паллет, где можно пообедать с коллегами на свежем воздухе. А еще по средам мы играем в любимые настольные игры в переговорной, а на кухне отмечаем пирогами Дни Рождения, печем блины на масленицу и готовим свежий кофе.

В этом году мы участвовали в нескольких интересных инициативах, к некоторым присоединились и наши клиенты: тематические поездки и фотосессии, эко-фестиваль, благотворительная посадка деревьев. Мы познакомились с талантливыми студентами, эко-блогерами и волонтерами и вдохновились на новые проекты. Почитать о том, чем живет ДНК можно в нашем блоге **ProKrasoty**.

5. Честность. Мы говорим правду – и сотрудникам, и клиентам в магазине или через соцсети. Признаем ошибки и стараемся их исправить. Если мы делаем скидки, то это действительно снижение цены, на которое мы сознательно идем, урезая свой доход, а не искусственное завышение цены накануне ради красивых процентов в рекламе.
6. Скорость и изменения. Мы ценим динамику, высокий ритм и настойчивость. Мы руководствуемся тюркской поговоркой: Скорость важнее силы. Точность важнее скорости. В чем это выражается в нашей работе:
 - Для решения срочного вопроса каждый сотрудник может позвонить напрямую руководителю любого уровня в любое время, не соблюдая правил субординации
 - Каждый год мы обновляем около 20% ассортимента в наших offline магазинах. Мы любим тестировать новые подходы и инструменты и нас увлекает внедрение наиболее полезных из них. Изменения в компании идут практически непрерывно, переходя с одного отдела в другой
 - Каждый сезон наши дизайнеры создают новые вдохновляющие форматы коробок, пакетов, открыток, чтобы наши клиенты получили удовольствие от каждого нового контакта с ДНК

7. Развитие: абсолютное большинство наших сотрудников – девушки. Они понимают, что грамотный уход за кожей и волосами с юных лет – залог естественной красоты на долгие годы. Каждый консультант проходит 160 часов обучения и через 6 месяцев становится настоящим экспертом по уходу за собой, а при желании может обучиться и макияжу для себя. Мы считаем, что знание – золото, особенно если его есть, где применить, поэтому финансово поддерживаем и поощряем обучение сотрудников офиса. Мы стимулируем развитие сотрудников внутри компании: за последние 3 года из продавцов выросли заведующие магазинов, руководитель отдела обучения, руководитель HR службы, руководитель отдела сервиса.

Уверены, что вы могли убедиться в атмосфере уюта наших магазинов и надеемся, что вы захотите узнать больше о работе в нашей команде.

Компания «Дом натуральной косметики» – это сеть розничных фирменных магазинов косметики «ДНК» и корнеры профессиональной декоративной косметики «iNGLOT». При составлении ассортимента мы особенное внимание уделяем натуральности и чистоте ингредиентов, составляющих основу продукции. В магазинах представлена косметическая продукция по уходу за кожей и волосами, декоративная косметика, косметика для детей, средства для дома, различные аксессуары и многое другое.

На данный момент открыто уже более 12 магазинов по всей Беларуси.

В Минске магазины расположены в крупных торговых центрах (ТЦ «Дана Молл», ТЦ «Грин Сити», ТЦ «Корона», ТРЦ «Экспобел», ТЦ «Замок», ТЦ «Галилео»).

Также Вы можете посетить наши магазины в Витебске, Гродно, Бресте, Гомеле, Бобруйске, Мозыре, Орше.

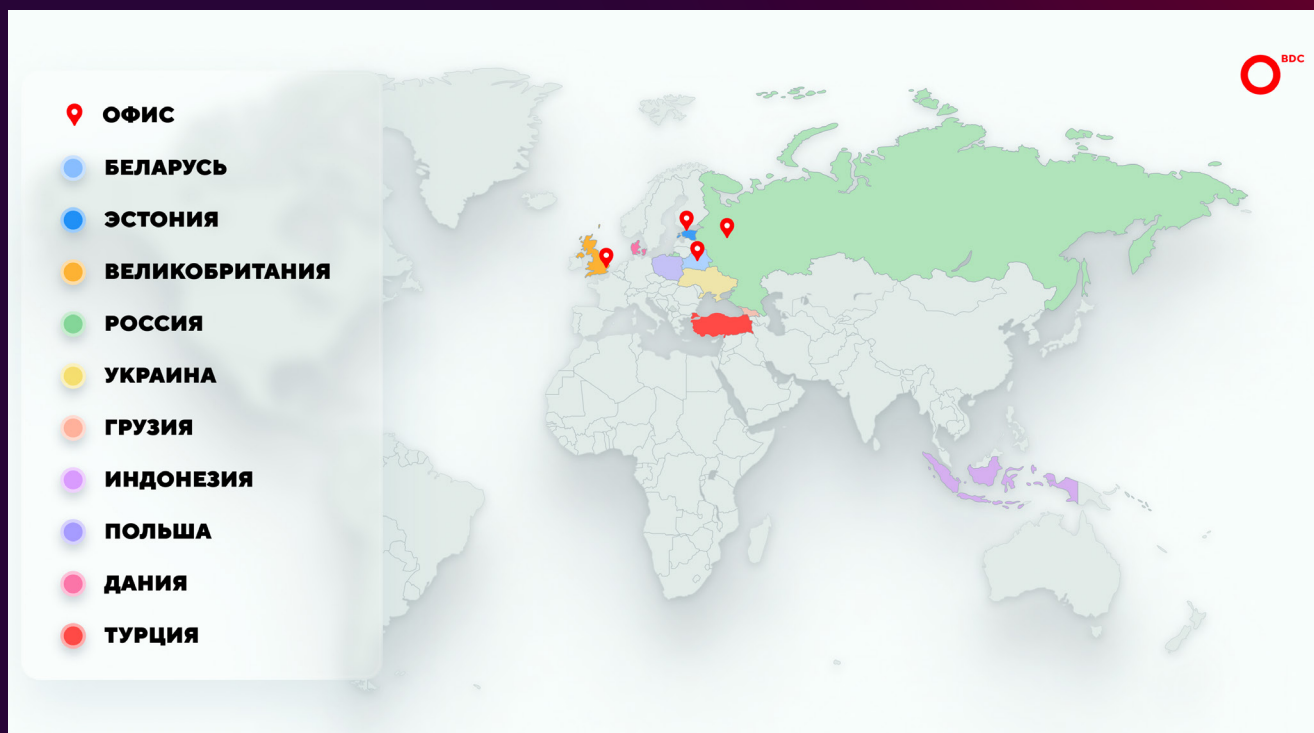
Перевод иностранных слов:
ProKrasoty – ПроКрасоту

КЕЙС: КАК МЫ ПОВЫСИЛИ ЛОЯЛЬНОСТЬ С 38% ДО 55% НА УДАЛЕНКЕ

Руководители иногда жалуются, что лояльность и эффективность сотрудников снизилась после перехода на «удаленку». Стоит ли с этим мириться? Вовсе нет. Наоборот: экспертность и успешность команды может вырасти на «удаленке», если использовать правильные цифровые инструменты. Это показывает пример BDC Consulting (Би Ди Си Консалтинг).

ся, а «старичкам» – оставаться вовлеченными. В апреле 2021 г. лояльность команды была около 30%.

Однако путем проб и ошибок мы подобрали оптимальные цифровые инструменты, которые позволили довести лояльность до 55%, а также повысить экспертность и вовлеченность. В марте 2020 (до перехода на удалёнку) команда BDC насчитывала около 20 человек. Теперь же у нас 60 человек в



Проблема:

Есть такая книга по внутренним коммуникациям – «Любите их или вы их потеряете». Автор демонстрирует, что к команде нужно проявлять заботу, вовлекать сотрудников и выражать благодарность, чтобы обеспечить лояльность. Вот только за два года пандемии и «удаленки» делать это стало куда сложнее.

Новый формат рабочих отношений – это вызов как для руководителей, так и для команд. Мы в полной мере ощутили это в марте 2020 г., когда команда BDC Consulting полностью перешла на удаленную работу. Новичкам стало труднее адаптировать-

штате (и ещё несколько подрядчиков) в 10 странах – и возвращаться в офис мы не планируем.

Задачи

- Повысить лояльность сотрудников к компании и их нематериальную мотивацию;
- Создать позитивный организационный климат, приближенный к компании семейного типа.

Сегменты целевой аудитории

- «Старички» компании, которые привыкли работать в офисе, хорошо знают друг друга и общаются вне работы (около 30% коллектива);

- Новички, пришедшие в компанию менее года назад и сразу на удаленный формат.

Мотивация: чего хотят сотрудники?

- больше дружеского общения на темы, не касающиеся работы;
- возможность проявить инициативу и быть услышанными;
- осведомленность о целях, достижениях и стратегических планах компании;
- нематериальная мотивация: похвала и поощрение со стороны коллег.

Инструменты

- **Исследование по методологии eNPS** (Employee Net Promoter Score)
- **Дополнительный канал информирования сотрудников**
- **Опросы**
- **Один-на-один интервью**
- **Чат-боты во внутрикорпоративном мессенджере Slack (Слак):** ZBot (Зэт Бот) (онбординг, адаптация, ответы на вопросы), Karma (Карма) (поощрение), LEAD (Лид) Bot (общение и знакомство).
- **Внутренние мероприятия**

Реализация

Этап 1: исследование текущего уровня лояльности сотрудников

В апреле 2021 г. мы провели тестирование по методологии eNPS, чтобы определить уровень лояльности коллектива. Результат составил около 33%.

Сотрудники BDC Consulting отмечали нехватку коммуникации со стороны менеджеров, отсутствие возможностей для проявления инициативы, боязнь не быть услышанными, высокую рабочую нагрузку, а, главное, – отсутствие “движа”, который так необходим для поддержания эффективности.

По результатам тестирования была поставлена амбициозная задача: повысить лояльность сотрудников до 55 % за один квартал.

Этап 2: внедрение каналов обмена информацией

1) Telegram

Мы начали с создания неформального канала информирования сотрудников в Telegram. В нем пу-

бликуются новости BDC:

- информирующие: изменения и нововведения;
- обучающие: еженедельные дайджесты;
- развлекательные: смешная внутренняя статистика и фото;
- ситуативные: предстоящие мероприятия, опросы
- поздравления с годовщинами, прохождением испытательного срока и т.п.

Также в канале делимся рассказами о “плюшках” работы в BDC Consulting (помимо устаревших вроде печенек в офисе и дружного коллектива).

2) Опросы

Мы ввели практику еженедельных опросов по вторникам на различные темы: рабочие инициативы и предложения, хобби, природа и погода за окном, мерч с символикой компании, рабочая нагрузка, поводы для беспокойства и тревоги, лояльность и вовлеченность и проч. Некоторые анкеты включают 15-20 вопросов, другие – всего несколько. Пример:

Опросы оказались отличным инструментом двусторонней коммуникации. Анализ результатов помогает понять, какие процессы нужно изменить, что добавить во внутреннюю жизнь, что оптимизировать, чему уделить дополнительное внимание.

Сотрудники воспринимают опросы как безопасную среду (в основном анкеты анонимные, хотя можно вписать свое имя) и поэтому спокойно делятся проблемами или недовольством.

Кроме того, члены команды замечают изменения и улучшения, которые появляются вскоре после опросов – и в результате они еще более мотивированы делиться своим мнением и вносить конструктивные предложения. Ребята часто рассказывают, что нового могли бы привнести в компанию и как это можно реализовать. Ряд таких предложений уже внедрены на практике.

3) Ежеквартальные интервью

Интервью «один на один» проводятся раз в три месяца и помогают найти подход к каждому конкретному сотруднику: узнать, что ему нравится или не нравится, что мотивирует, а что негативно отражается на работе.

Подобно опросам, интервью – безопасное пространство, где сотрудник может выговориться, не боясь осуждения. Полученные инсайты помогают улучшить бизнес-процессы в целом и разрабо-

тать план индивидуальной мотивации для каждого конкретного специалиста.

Кроме того, такие интервью дают понимание, какой информации сотрудникам не хватает: например, не все новенькие знают, как правильно запросить обучение у компании или покупку профессиональной литературы. Эти моменты можно прояснить на интервью, а затем сделать пост во внутреннем Telegram канале, чтобы напомнить всем сотрудникам о тех "плюшках", которые есть для них в компании.

Этап 3: использование чат-ботов для улучшения внутреннего взаимодействия

Коммуникацию по работе мы ведем в Slack. К нему подключили несколько ботов, которых можно использовать для взаимодействия внутри команды: Zbot, Karma Bot и LeadBot.

1) Онбординг-бот ZBot

Бот разработан белорусской IT-компанией для легкой и успешной адаптации новых сотрудни-

т.д. Ниже – пример сообщения от бота

Мы также настроили в боте разделы для сотрудников определенных направлений, где новички могут получить сразу всю информацию по своей специальности, будь то аккаунт-менеджмент, платная реклама и т.д.

2) Karma-бот: похвала и поощрение

Karma – отличный бот для мотивации сотрудников. Он помогает ребятам хвалить друг друга за рабочие достижения. Каждому пользователю выделяется 15 баллов в месяц (менеджерам – 20), которые можно «начислять» коллегам. Например, баллы часто даются за проактивность, выполнение задачи «на 110%», интересную идею и ее успешную реализацию и др.

Карма-баллы накапливаются и не сгорают. По достижении 30 и более баллов сотрудник BDC Consulting получает подарок от компании – сертификат на услуги либо продукты (массаж, спа, активный отдых, шоппинг).



ков. Преимущество ZBot состоит в том, что в него можно загрузить большое количество информации, которой бот будет делиться с сотрудником поэтапно.

Командам, использующим Zbot, не нужны толстые руководства для новых сотрудников, которые в итоге никто не читает. Новый член команды легко и быстро проходит уровни, выполняя задания бота: изучить тот или иной документ, пройти тест и

3) LEAD Bot: неформальное общение

Бот случайным образом разбивает сотрудников на группы и задает темы для обсуждения. Это своего рода digital-версия разговоров у офисного кулера: сотрудники могут списаться или созвониться, обсудить заданные или другие темы и рассказать о себе.

LEAD Bot помогает наладить коммуникацию между сотрудниками, которые мало пересекаются по

работе, а также стирает иерархические границы – например, ассистент может оказаться в одной группе с CEO компании.

Этап 4: внутренние мероприятия

Мы сформировали структурированное расписание мероприятий:

Еженедельно – встречи, в рамках которых сотрудники делятся экспертизой и обсуждают что-то интересное, будь то книга, фильм, недавно изученные документы и т.д. Например, недавно обсуждались инсайты из книги «Магия утра» с техниками приятного пробуждения по утрам.

Несколько раз в месяц – командные игры («Мафия», «Мозгобойня», «Бинго»);

Ежемесячно – встречи с экспертами и тренинги (командное взаимодействие, тайм-менеджмент, баланс работы и жизни и т.д.).

Раз в 1-2 месяца: знакомство с новыми сотрудниками в формате «2 правдивых и один неправдивый факт».

Раз в квартал: встреча с CEO и обсуждение выполненных планов и стратегических решений на будущее.

Раз в полгода: корпоративы и активации для сотрудников (зимой и летом). Так, в июне 2021 г. Команда BDC Consulting сплавалась на байдарках. Для многих это был первый опыт, но, несмотря на усталость после долгого дня, проведенного на воде (а у кого-то и под водой), сотрудники получили крайне позитивные впечатления.

Результат

- Уровень лояльности сотрудников вырос с 33% до 55 % (по результатам тестирования, проведенного в июле);
- Улучшился климат в коллективе: сотрудники получают удовольствие от взаимодействия друг с другом и видят общую цель, к которой движутся вместе с компанией;
- От команды получено множество ценных инсайтов и инициатив, которые уже реализуются;
- Члены команды знают, что их мнение влияет на процессы в компании и что их голос всегда важен и будет услышан; как следствие, они с готовностью делятся своими идеями и сомнениями.

Переход на дистанционный формат работы во все не означает снижение лояльности или разобщение коллектива. Наоборот, «удаленка» может стать катализатором роста и помочь команде стать сплоченнее и экспертнее – нужно лишь оптимизировать каналы коммуникации.

Перевод иностранных слов: "BDC Consulting" – сокращенно от Business Development Center, с англ. "Центр делового развития Консалтинг", "eNPS" (и эн пи эс) – сокращенно от "Employee Net Promoter Score" – метрика для оценки успехов сотрудников, в HR используется для измерения лояльности, "CEO", с англ. – "Chief Executive Officer" – "главный исполнительный директор", "team", с англ. – "команда", "news", с англ. – "новости", "digests", с англ. – "дайджесты", "project manager", с англ. – "менеджер проектов", "power managers", с англ. – "менеджеры силы", "digital", с англ. – "цифровой", "plan", с англ. – "план", "report", с англ. – "отчет", "search messages", с англ. – "искать сообщения", "files and more", с англ. – "файлы и больш"

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ГЕМБЫ, МИНИМИЗАЦИЯ МУДЫ, УЧАСТИЕ В КАЙДЗЕН И ОБУЧЕНИЕ LEAN

В какой компании вы предпочтете работать? В компании, где все продумано до мелочей и вам предстоит, демонстрируя высокий уровень исполнительской дисциплины, выполнять качественно свою работу? Или в компании, в которой продуманность процессов создается совместно с вами? «Мы делимся идеями, когда нас слушают» - простой и одновременно сложный секрет коммуникации рождает инновации. Существующая тысячами формула коммуникаций в середине прошлого века была совмещена с производственным процессом на заводах Toyota и постепенно обогатила деятельность многих предприятий.

Кайдзен - система постоянных непрерывных улучшений бизнес-процессов, в которых участвуют все сотрудники предприятия от рабочего до директора. Кайдзен является составной частью системы LEAN – бережливого производства

Принципы Кайдзен в мире называют по-разному. Но суть заключается в вовлеченности всех сотрудников в поиск и предложение решений по микро- и макро улучшениям.

Как решается эта задача в белорусских компаниях?

Давайте рассмотрим на примере одного из крупнейших и успешных предприятий страны.

Заглянем на Брестский мясокомбинат. Предлагаем сразу пройти в столовую и окажемся в самом проходном посещаемом месте предприятия.

Доска со стикерами. Просто? Да, но только на первый взгляд. Чтобы появилось такое количество алмазов (именно так на родине Кайдзен, в Японии относятся к рационализаторским предложениям) необходимо построить многоуровневую много-ступенчатую систему:

- сначала нужно профессионально обучить специалистов и руководителей принципам и подходам бережливого производства;
- затем определить критерии оценки поданных

предложений и подходов к реализации;

- провести стимулирующую рекламную информационную кампанию среди всего коллектива;
- продумать систему стимулирования для инициаторов и для реализаторов. А это значит - работать с мотивацией и ожиданиями.

Да, да, именно с ожиданиями:

- инициаторов: «А что, если мое предложение отвергнут?!», «А почему не признали предложение подходящим», «Неужели так сложно это внедрить?!»;
- реализаторов, ответственных за внедрение предложения: «Вот работает ведь и так!», «И какой в этом смысл?», «Мы давно об этом знаем, просто руки не доходили», «Итак дел невпорот, теперь еще эти гениальные идеи внедряй, а потом отчитывайся!»
- коллег-наблюдателей: «Да, ладно. Что это за предложение. Я такие гениальные идеи каждый день могу десятками придумывать!».

На предприятии (особенно в первый год внедрения) может возникнуть конфликт ожиданий. Количество усилий, затраченных на обучение и внедрение, может быть несоизмеримым с экономическим эффектом предложений.

Например, может показаться, что предложение об установлении дополнительного обзорного сферического зеркала в цеху – это несущественное предложение. А брендированные самокаты, на которых можно перемещаться по городу или производственным территориям – это разве про оптимизацию процессов? Страховка для членов семьи? Это про соцпакет, но какое отношение это имеет к бережливому производству?! Разочарование – частый спутник изменений, особенно, если инвестиций и ожиданий было много, а результат заставляет себя ждать. И здорово, если будут те, кто подскажет правильный путь, будет навигатором на местности.

Вернемся к опыту Брестского мясокомбината:

- Реализация проекта по непрерывным улучшениям началась в марте-апреле 2020 г.
- В августе-сентябре появились первые ощутимые результаты.
- Разработано положение, описывающее алгоритм сбора, оценки и внедрения предложений.
- Работает комиссия, которая регулярно выходит на Гембу (gemba – место, где создается процесс или услуга). Эксперты мониторят реализацию предложения, вовлеченность в сотрудничество линейных менеджеров, удовлетворенность инициатора результатом внедрения:
- При сборе идеи, непрошедшие предварительный фильтр (1. Идея должна устранять корневую причину проблемы; 2. Идея должна устранять хотя бы один вид потерь (из 7 существующих); 3. Можно стандартизировать), перенаправляются в систему «Вопрос-ответ», существовавшую ранее.
- Для обсуждения и озвучивания идей созданы онлайн и офлайн площадки, численность профессиональных участников которых ежедневно увеличивается.

Некоторые идеи, которые принесли принесшие ощутимый эффект:

- предложение мастера по изменению конструкции оборудования для уменьшения времени для переналадки оборудования;
- предложение рабочего, которое было направлено поставщику пленки по изменению к транспортировочной упаковке бабины;
- предложение мастера по изменению конструкции оборудования для уменьшения количества утилизируемого сырья;
- некоторые предложения превращаются в целые проекты, потенциально ведущие к большой экономической выгоде.

Инициаторы получают предложения о переводе в другие подразделения и включаются в кадровый резерв.

А как это выглядит в цифрах?

Проект Кайдзен: поступило за год (с 01.09.2020–по 31.08.2021) 56 предложений. По результатам рассмотрения комиссией:

- 24 отправлены на реализацию (9 –уже реализованы)
- 4 предложения находятся на доработке

- 28 – отклонено

Суммы выплат за идею - единовременная выплата от 5% до 13% от средней зарплаты по предприятию (в зависимости от финансовых и временных затрат за реализацию, тиражируемости и экономического эффекта). После реализации предложения- 50% от размера выплаты- непосредственному руководителю, 50%- ответственному за реализацию.

Если ваша компания планирует внедрять Кайдзен, то рассмотрите опыт Брестского мясокомбината.

И если вы человек, который хочет работать в компании, принимающей решения совместно с сотрудниками, рассмотрите вакансии ОАО «Брестского мясокомбината».

Брестский мясокомбинат – это один из лидеров мясного рынка Республики Беларусь и входящий в список крупных экспортеров мясной продукции с поставками в более чем 15 стран мира.

Для того, чтобы удерживать высокие конкурентные позиции на рынке и сохранить любовь покупателя, компания не перестает развиваться, совершенствуя технологии и кадровую политику.

Миссия - производить любимые мясные продукты для людей. Ее достижение становится возможным благодаря ключевому фактору и движущей силе успеха – сотрудникам компании. На предприятии работают тысячи профессионалов, которые вносят огромный вклад в развитие. Компания прилагает значительные усилия, чтобы привлекать и удерживать лучших специалистов, создает комфортные условия для профессионального развития и реализации потенциала каждого сотрудника.

В частности, в компании ключевую роль играет корпоративное обучение, которое строится на создании индивидуальных планов развития, продуманной системе ротации персонала и обеспечении справедливых условий труда и равных возможностей для каждого сотрудника.

Перевод иностранных слов: LEAN – бережливое производство (концепция управления производственным предприятием, которая основана на постоянном стремлении предприятия к устранению любых видов потерь. Бережливое производство предполагает вовлечение в процесс оптимизации каждого сотрудника и максимальную ориентацию на потребителя.

РЕФОРМА КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ: «ЕВРАЗИЙСКАЯ ПРОЦЕССИНГОВАЯ КОМПАНИЯ» МЕНЯЕТ ОКНА В СВОЕМ ДОМЕ!



В нашем доме уют, здесь отличная команда, свои стандарты и правила, сильное понимание «единства» и «заботы». Бизнес очень быстро растет и выходит на новый уровень, а это значит, что хороший ремонт в «шалаше» – не прихоть, а необходимость. Мы построили план реформы и развития корпоративной культуры на полтора года вперед, чтобы посмотреть на все «старое» новыми глазами.

ЕПК – это одна планета большой вселенной

Компания является центром разработки крупного игрока в транспортной отрасли – E100. У нас все свое, и собственный продукт развивается с невероятной скоростью и энергией. Конечно, вызовы и рост численности – это прекрасно. Но как в этой гонке не забыть, кто мы такие и что ценим? Как привлечь именно таких же единомышленников? Как построить что-то большее, чем «рабочий коллектив»?

На все эти вопросы мы ищем ответ постоянно, а на данном этапе развития точно осознали: ме-

няемся мы, трансформируется наш механизм, а значит и вектор корпоративной культуры должен следовать в унисон.

Что хорошо, что плохо, чего еще нет?

Первым этапом реформы стала глобальная диагностика. Мы провели серию полноценных интервью с основателями и «старожилами» компании для того, чтобы уловить произошедшие изменения в ценностях и ориентирах внутри компании: «Что ценили раньше?», «Какая была атмосфера?», «Что вдохновляет сейчас?», «Что появилось?», «С какими коллегами комфортно работать, с какими – нет?».

Свою картину представили и сотрудники, которые в ежегодном опросе удовлетворенности получили ряд новых вопросов, раскрывающих корпоративные ценности. Часть суперлояльных сотрудников мы опросили дополнительно, сформировав «фокус-группы» по 8-10 человек.

Имея два мощных блока – корпоративная культура

глазами бизнеса и корпоративная культура глазами сотрудников, мы провели магический ритуал и получили список новых корпоративных ценностей (и ещё много чего полезного). Конечно, часть из них уже существовала и работала в повседневной жизни, а вот часть – оказалась и не ценностями вовсе, и не такими уж актуальными и важными на сегодняшний день.

Все эти нехитрые манипуляции дали нам пищу для формирования кругов Эйлера корпоративной культуры компании – что у нас хорошо, что плохо, что надо добавить.

Формирование новой модели корпоративной культуры

Стоит сказать, что этот этап еще не закончился. Один из самых объемных и методичных, он готовит благоприятную почву для внедрения и трансляции новых ценностей и норм корпоративной культуры ЕПК. Это как замена окон – для того, чтобы посмотреть «по-новому» и поставить уже новые окна – надо как следует подготовить рамы). А ведь еще необходимо позаботиться о герметичности! Мы планируем теплую атмосферу не просто сохранить, а в разы приумножить.

Для создания мощного и единого информационного поля у нас появился новый специалист, который занимается настройкой всех коммуникационных инструментов во всей компании. Мы создали регламент внутренних коммуникаций, и не как «есть сейчас», а именно так, как «мы хотим, чтобы у нас было», куда вошли все нормы и правила общения, особенности регионов, удаленной работы, идеальная модель взаимодействия для руководителей и сотрудников.

Следующим крупным документом стал Корпоративный кодекс компании, который позволил нам совместить все, что мы имеем в отношении корпоративной культуры, и что должен знать каждый сотрудник. Кодекс... без излишеств, строгости и буквоедства, только самое **важное, что характеризует и отличает философию нашей компании.**

Дальше – больше. В данный момент нас еще ждет формирование новых традиций и норм поведения, подкрепление и усиление того, что есть хорошо и выработалось годами. Это и сильный компонент КСО в ЕПК (который уважают все сотрудники), «забота о своих» и поддержание кросс-культурного взаимодействия в международных командах. Даем выход на 40% реализации всей реформы к концу 2021 года!

Что дальше?

Нас ждет еще 3 больших этапа работы для всей HR-команды и сотрудников. Любое изменение можно считать успешным только после его имплементации, «вживления» в души и мозг нашего коллектива. Этап внедрения и трансляции – самое сложное и ответственное дело, которое еще впереди. Введение новых элементов предстоит не только для тех, кто уже есть в компании, но и для тех, кто хочет к нам прийти – включение ценностей компании в политику подбора персонала.

На десерт проекта – пересмотр системы вознаграждения в ЕПК, обновление EVP, активный HR-брендинг. И это все безумно интересно для всех нас, коллеги потирают руки от предвкушения, а HR-команда, вдохновленная предстоящими изменениями, как никогда ранее, на пике своего ребрендинга.

Перевод иностранных слов: EVP (employment value proposition) – Ценностное предложение работодателя.

ЧТО СКАЗАТЬ НА СОБЕСЕДОВАНИИ, ЧТОБЫ ВЗЯЛИ НА РАБОТУ В «БЕТЛИКС»

«Бетликс» — it-компания, которая создает собственные продукты букмекерской тематики. Мы не букмекерская контора и не казино, которое мешает смотреть фильмы в онлайн. Мы одновременно медиа о спорте и ставках на спорт и аффилиат-платформа (не беспокойтесь, если пришлось загуглить, что это такое).

Наш бизнес — часть спортивной индустрии и мы живем в ее темпе. Это не значит, что мы терроризируем дедлайнами, это значит, что у нас интересно и динамично. Если вы любите спорт как зрелище, это дополнительный стимул написать нам.

Каждый день мы видим, как чемпион, попавший в зону комфорта, быстро превращается в аутсайдера. В любой стране букмекерский рынок — это красный океан без островка безопасности: ты **становишься лучше или тонешь**. Сдать экзамен на собеседовании и отсидеться у теплой батареи не вариант.

Наша аудитория — 2 миллиона пользователей в месяц. Это большая ответственность и одновременно шикарная площадка для новых гипотез и идей. Наш основной рынок — Россия, но мы запустили проекты в Казахстане и Нигерии и запустили в других странах, если увидим в этом перспективу.

У нас есть все бонусы, которые указывают в подвале вакансий: от корпоративов до стабильной зарплаты, более того, мы работаем на международном рынке и не зависим от потрясений в одной конкретной стране. Но главный бонус — ты прокачиваешь себя, как

не смог бы в менее конкурентной среде. Мы вкладываемся в обучение, но реальные задачи дают намного больше. После нас другая работа покажется замедленной съемкой.

Seo-шники с завязанными глазами выведут в топ поисковиков сайты из более мягкой ниши. Журналисты понимают, что качество самого изящного текста можно измерить цифрами. Дизайнеры работают с проектами, где один пиксель приносит прибыль или загоняет в минус. Продакты выдумывают такую хитрую монетизацию, что баннер кажется самокатом рядом со спорткаром. Разработчики разгоняют сайты до скорости света.

Что сказать на собеседовании, чтобы взяли на работу в «Бетликс»

Мы предлагаем конкурентную зарплату, это важно, но еще важнее — у нас очень короткий путь от идеи до стартапа. Не будет босса, который присвоит ваш проект, если вы сами способны его тащить. Только помощь и энтузиазм. Если успех — то ваш успех, если провал, то жаловаться не на кого.

Поэтому инициативность — обязательное качество наших сотрудников. Не задавайте на собеседовании вопрос «Что мне надо будет делать?», а расскажите, чем будете полезны для нашей компании и что хотите за свой вклад.

Что сказать на собеседовании, чтобы взяли на работу в «Бетликс»



КАК ОБУЧЕНИЕ ПОМОГАЕТ СПЛОТИТЬ КОЛЛЕКТИВ И ПОВЫСИТЬ ИНТЕРЕС К РАБОТЕ

Одной из главных ценностей соискателей сегодня является стремление к развитию, поэтому они чаще выбирают компании, в которых есть обучение. Действующие сотрудники сети салонов корпусной мебели Баймебельбай разделяют данные ценности и стараются быть в курсе последних изменений в сфере продаж. Мы, в свою очередь, проводим различные тренинги, которые помогают раскрыть их потенциал.

Поощряя потребности сотрудников в обучении, руководитель компании совместно с отделом обучения внедрили поэтапное обучение для менеджеров, которое помогло не только увеличить выручку, но и сплотить коллектив. Результатами изменений поделился директор ООО «Баймебельбай» Ярослав Круговой:

- Наша компания занимается продажей корпусной мебели и матрасов белорусского производства. Мы являемся официальными дилерами компаний-производителей Анрекс, Кондор и Вегас, знаменитых высоким качеством своей продукции и доступными ценами. С самого основания компании я придерживаюсь правила «довольный менеджер – довольные покупатели». А что такое довольный менеджер? Это сотрудник, который, благодаря своей экспертности закрывает все потребности клиента и выходит на хороший доход. Благодаря нашей поэтапной системе обучения экспертом в сфере продаж корпусной мебели может стать каждый. Главное, - желание обучаться и работать на результат.

Обучение в компании Баймебельбай состоит из нескольких этапов и длится 5-7 рабочих дней. Первый – базовое обучение по продукту и техникам продаж. Это основа, знание которой обязательно для каждого сотрудника сети. Мы стараемся поддерживать высокие стандарты обслуживания клиентов, поэтому даже новички выходят на работу подготовленными, способными провести грамотную консультацию клиента. Для этого в процессе обучения будущий сотрудник знакомится с коллекциями мебели, основными их характеристиками и отличиями, техниками продаж при помощи раздаточных материалов и видеороликов. Также проводится анализ мебели различных производителей, в ходе которого обучающиеся могут свои-

ми глазами оценить конкурентные преимущества продаваемой продукции. В последний день предусмотрена итоговая аттестация, цель которой не отсеять сотрудника, а увидеть и подтянуть пробелы в знаниях, наметить зоны роста.

Следующий этап – смены с опытным менеджером в паре. Первые дни работы всегда очень волнительны для сотрудников, поэтому опытный специалист рядом поможет справиться со стрессом, расскажет о порядке работы на экспозиции и ответит на любые вопросы стажера. Дальше новый менеджер начинает работать самостоятельно, однако он всегда может обратиться за помощью к коллегам, специалисту по обучению или руководителю – и получит исчерпывающие ответы на все вопросы.

В процессе работы также проводятся дополнительные тренинги по продажам от представителей компаний-производителей, что помогает менеджерам знать все тонкости реализуемой продукции. Проводятся и внутренние тренинги, посвященные не только продажам, но и психологии, что очень помогает и в повседневной жизни (фокус языка, эмоциональное состояние человека и другие). Бывают дни, когда все собираются вместе и разбирают книги по продажам по главам. После прочтения каждый делится своими выводами, идет бурное обсуждение и перенятие полезных приемов и фраз в свою практику. Такие встречи в неформальной обстановке помогают сплотить коллектив и лучше узнать друг друга.

Проведенные изменения в обучении помогли повысить продажи на торговых объектах и в течение текущего года открыть еще два салона мебели. А самое главное, удалось повысить интерес к работе. Благодаря непрерывному обучению менеджер всегда узнает что-то новое о продукте и ему хочется поделиться этими знаниями с клиентом и помочь ему выбрать мебель, которая будет радовать не один год.

Наша компания ценит своих сотрудников и создает для них комфортную среду для обучения и развития их потенциала. Мы открыты и для соискателей с небольшим опытом продаж, но большим желанием стать экспертом в сфере продаж корпусной мебели.

РЕВОЛЮЦИЯ В HR: НЕ ЧЕЛОВЕК ДЛЯ ВАКАНСИИ, А ВАКАНСИЯ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА



Инициативный и заряженный сотрудник. Как правильно раскрыть потенциал? Опыт TutorOnline. Не человек для вакансии, а вакансия для человека.

Совмещать малейший шаг – это продвигает и работодателя, и специалиста. Здесь уже зависит от компании, есть ли условия для того, чтобы, во-первых, сотрудник мог проявить инициативу и второе – грамотно ее обработать. Также важно отметить готовность компании принимать инициативы, идти на некоторые риски и полагаться на своих сотрудников. Если компания к этому не готова – это и нехорошо, и неплохо, возможно, все отлично работает и так, но нужно понимать, что удерживать хорошие кадры, которые хотят большего, будет труднее.

Если разобраться глубже, то инициатива не возникает на пустом месте. Проявление инициативы может быть только там, где человеку действительно интересно. Если будет интерес в процессе работы – будут и позитивные инициативы.

Как подогревать интерес?

Приведем в пример IT-компанию TutorOnline – международный проект в сфере онлайн-обучения. Платформа предоставляет услуги занятий с репетиторами и курсы по всем школьным предметам, а также хобби, увлечениям и иностранным языкам. Компания появилась в 2011 году. Ее основатели поставили цель создать платформу, где ученики всех возрастов смогут получать ценные знания у одних из лучших репетиторов страны, а также ближнего и дальнего зарубежья.

С 2011 года общее число сотрудников всех проектов компании выросло до 160 сотрудников! В большой компании очень важно следить за тем, чтобы «текучка кадров» не превышала естественную норму в 2-3%. В нашем случае необходимость в новых сотрудниках есть всегда по причине роста и развития как существующих, так и новых проектов.

Ольга Водчиц, руководитель HR-отдела, поделилась основной философией компании, которая

мотивирует сотрудников оставаться в компании и работать вместе с ней:

«– Когда компания действительно большая, очень важно, чтобы каждый был замечен. Мы ищем в команду тех, кому будет интересно развиваться и, в свою очередь, готовы дать практически все, чтобы наш сотрудник был заинтересован в том, что делает. Для нас также важно, чтобы работа была частью жизни, а не простым ожиданием окончания рабочего дня. Если говорить более профессионально – мы стараемся распределять и использовать человеческий ресурс на максимум, не с точки зрения – взять от человека побольше, а с точки зрения того, что каждый должен быть на своем месте, заниматься тем, к чему лежит душа и что действительно нравится».

В компании есть много ярких примеров того, как важно быть в контакте со своим коллективом, общаться с каждым и создавать атмосферу, в которой сотрудник сможет открыто выйти на диалог, если он чувствует, что недостаточно реализовывается на своей позиции.

Например, руководитель видеоотдела TutorOnline Наталья Оганова. 5 лет назад Наталья пришла на позицию сотрудника колл-центра, а сейчас ведет проект на YouTube почти с миллионом подписчиков и управляет важным для компании отделом.

«Я пришла в компанию в 2016 году на должность сотрудника по работе с клиентами. Наш отел принимал регистрации, связывался с учениками и преподавателями, планировал уроки, консультировал по всем вопросам как учеников, так и преподавателей. Позже моя работа была связана исключительно с технической поддержкой. Работать в саппорте – значит быть постоянно на связи. Запросы могли приходиться одновременно из разных каналов связи, и нужно было оперативно всем помочь. Потом мне предложили перейти на должность методиста. Пройдя обучение, я стала выполнять еще более интересные задачи: обрабатывала анкеты преподавателей, которые только зарегистрировались, проводила с ними рабочие сессии и принимала решение, оставлять их работать на платформе или нет, исходя из строгих критериев отбора. Ко мне могли обратиться преподаватели по любым вопросам. С детства я увлекалась фотографией и съемкой, все мероприятия и внутреннюю жизнь компании с удовольствием тоже фотографировала. Когда встал вопрос, кто будет вести YouTube-канал, руководство предложило заняться этим мне. Я не ожидала такого доверия и была очень рада, поэтому взялась за это с огромным энтузиазмом и ответственно-

стью. Много я не знала и приходилось учиться в процессе работы. Параллельно я осваивала некоторые программы вместе с репетитором нашей платформы. Оказалось, что преподаватели по видеомонтажу у нас тоже есть, и для меня это было очень кстати. По сути, с помощью поддержки руководства, моего стремления и самого продукта, над которым мы трудимся – мое хобби стало моей работой».

Похожая история есть и у Татьяны Круглик – руководителя отдела дизайна компании. Татьяна работает всего год, а уже руководитель. Почему? Проявила инициативу, показала свои способности как организатора и профессионала в своем деле, руководство не побоялось делегировать, не смотря на «прошло слишком мало времени», «в таком возрасте руководителями не становятся» и прочие предубеждения. Адекватная оценка фактических возможностей, независимо от каких-то внешних обстоятельств играет ключевую роль в делегировании. Это мотивирует всю команду.

Руководитель проекта «Курсы TutorOnline» Дмитрий Стрижнев пришел в компанию в качестве бизнес-аналитика, а сейчас управляет несколькими проектами.

«Я пришел в компанию в 2016 году на должность бизнес-аналитика в проект «Курсы», который еще только планировался. На тот момент у компании был один главный продукт – уроки с репетиторами. Компания в лице Александра Пашкова (один из двух создателей TutorOnline) видела, как стремительно растет YouTube-канал, в котором публиковались бесплатные обучающие ролики по многим предметам, поэтому было решено пробовать делать онлайн-курсы. Я провел всю необходимую работу бизнес-аналитика перед началом работы проекта за две недели. Предоставил данные, был готов к работе со следующими задачами, и тут Александр предложил мне остаться в этом проекте, запустить и управлять им. Я, недолго думая, согласился. Дальше была проделана колоссальная работа по анализу, поиску преподавателей, записи самих курсов, тестированию, рекламе и многому другому. В результате проект был запущен. Мы видим хорошие отзывы, а также обратную связь от учеников с их результатами ЕГЭ и ОГЭ – и это такой кайф чувствовать, что ты сделал продукт, который дает такой классный результат, невероятные ощущения! Сейчас у меня есть помощники, которые занимаются важными операционными задачами, а у меня появилась возможность участвовать еще в двух проектах компании. Так и живем».

В целом адаптация вакансии/позиции под конкретного человека – это способ найти компромисс между тем, что нужно компании и тем, что нужно профессионалу «в интересе». Часто бывает так, что где-то что-то идет не так, а затем – раз, просто меняешь задачи между сотрудниками в зависимости от их интересов и компетенции – и вот, дело идет совсем по-другому. Зачем терять хороший кадр, если можно перевести его на другую позицию или делегировать ему другие задачи, через которые он сам сможет развиваться, а компания будет получать хороший результат.

Наименование показателя	2017	2018	2019	2020	2021
Клиенты	1545	3115	3430	6649	11540
Сеансы	58558	103648	134246	316413	497404
Сотрудники	18	23	35	50	75

Судя по цифрам такой подход действительно работает. TutorOnline растет космическими отраслевыми темпами, благодаря трем аспектам:

1. Изначальное понимание создателей, что обучение стремится в онлайн.
2. Вирусный год ускорил процесс из первого пункта.
3. Грамотная кадровая политика HR-отдела и компании в целом.

Обратной стороной инициативности сотрудников, может стать некий хаос, в котором очень много идей и предложений, а реальных действий

значительно меньше, особенно когда компания большая. HR-отдел компании делится правилами, следуя которым выстраивается комфортная, творческая и продуктивная работа компании:

1. Каждый занимается тем, что в его реальной компетенции и интересах.
2. Стараться адаптировать вакансию под конкретного человека.
3. Обратная связь руководства с командой.
4. Понимание, что регулярная обратная связь между коллегами расширяет профессиональный кругозор. Особенно, если это два постоянно взаимодействующих отдела.
5. Организовать условный «прием» инициатив таким образом, чтобы они изначально обсуждались внутри отдела с сопровождением руководителей проекта/отдела и только после этого идея доходила до непосредственного руководителя. Такая схема может показаться несколько формализованной, но это заставляет тщательней обдумывать и анализировать предложения.
6. Не разбрасываться людьми. Если человек не подошел на эту позицию, но в нем есть потенциал, у нас почти всегда есть возможность попробовать его в другом, где-то подучить и направить в другое русло.
7. Если результаты сотрудника на позиции становятся хуже – это не всегда вопрос профессиональных качеств. Нужно всегда прояснять, почему так происходит и вместе пытаться найти решение. Например, слишком большой объем задач – понятно, смотрим, как можно перераспределить их. Выгорание – уточняем, что хотелось бы делать в рамках компании, чтобы вдохнуть что-то новое в рабочий процесс.

ПРОЕКТ СП ЗАО «МИЛАВИЦА» ПО ПОДГОТОВКЕ РАБОЧИХ КАДРОВ

Как предприятие привлекает рабочий персонал, взаимодействуя с учебными заведениями.

Цели проекта

1. Усовершенствовать систему оценки и отбора персонала на вакансии.
2. Оптимизировать процесс адаптации молодых рабочих на предприятии.
3. Обеспечить преемственность традиций профессионального мастерства в компании через систему наставничества и передачи опыта молодым кадрам.

Описание реальной ситуации на основе кадровой статистики

- Средний возраст работающих в компании 42 года, 76% работающих швей старше 30 лет, 40% - старше 50 лет.
- 70% швей работают в компании более 10 лет, средний стаж работы – 20 лет.
- Среди принятых в 2020 году рабочих по профессии швея, 74% были направлены на предприятие по распределению. В 2021 году этот показатель составил 78%.
- С учетом специфики ассортимента и его постоянного обновления, период освоения норм производительности труда новыми швеями составляет более года.

Престиж основной рабочей профессии «швея» продолжает снижаться, конкуренция на рынке труда за квалифицированный персонал по этой профессии растет с каждым годом. По кадровой статистике основной приток молодых рабочих на предприятие обеспечивают учебные заведения. Учитывая потребность в подготовке профессиональных кадров, руководством компании было принято решение о развитии проекта взаимодействия с учреждениями образования страны. СП ЗАО «МИЛАВИЦА» поддерживает многолетнее плодотворное сотрудничество с учебными заведениями города Минска на договорной основе и постепенно расширяет географию сотрудничества.

Перспективы развития в компании и социальная политика

Привлекая молодых рабочих на производство, компания предлагает возможности для профессионального развития и построения карьеры. Система переподготовки и повышения квалификации на предприятии включает более двадцати

рабочих профессий, пройти обучение которым можно на производстве и за его пределами по направлению предприятия. Более половины вакансий на должности специалистов и руководителей заполняются из внутренних источников. Истории успеха сотрудников компании охватывают весь диапазон карьерной лестницы от рабочего до руководителя высшего звена управления.

Социальная сфера СП ЗАО «МИЛАВИЦА» включает два общежития, здравпункт и комплекс питания, который объединяет столовую, кафе и несколько буфетов. Коллективный договор предприятия предусматривает различные социальные льготы, гарантии и компенсации для работников: выплаты материальной помощи к отпуску, на строительство и покупку жилья, материальное поощрение к государственным праздникам и событиям личного характера (вступление в брак, рождение ребенка и др.), поощрение за продолжительную работу в компании, а также оздоровительные путевки для работников и их детей, подарки к новому году и другие корпоративные мероприятия, которые организует профсоюзный комитет.

Реализация целей проекта

В ходе реализации проекта существенно расширена география взаимодействия с учебными заведениями, охватывая все регионы республики. Оценка результатов производственного обучения учащихся на предприятии позволяет провести отбор мотивированных кандидатов, владеющих необходимыми навыками для дальнейшей работы в компании. Адаптация молодых рабочих, прошедших производственное обучение на предприятии проходит успешнее, чем трудоустроенных выпускников, не имеющих такой возможности.

В целях совершенствования системы профессионального обучения на рабочем месте, внедрения рациональных приемов труда, расширения штата инструкторов производственного обучения рабочих массовых профессий. Изменена система стимулирования новых рабочих за освоение норм труда.

Получить новую рабочую профессию можно непосредственно на предприятии. Действующая система переподготовки рабочих кадров при приеме на работу в компанию позволяет освоить навыки выполнения различных работ в подготовительном, раскройном и швейном производстве от настилки и раскроя полотен и кружева, выполнения термоотделки и вырубки швейных заготовок, комплектовки и складирования материалов, до автоматизированного проектирования раскладки для кроя изделий.

ПУТЬ НЕПРЕРЫВНЫХ УЛУЧШЕНИЙ PARITETBANK



Мир меняется, и мы меняемся вместе с ним! В PARITETBANK уже не первый год используются подходы японской философии управления, которые в полной мере отвечают запросам современной бизнес-среды и изменений. Исследуя детали практики Кайдзен, мы поняли, что для полноценного понимания наших зон развития и их совершенствования нам поможет, казалось бы, простой в реализации инструмент — Гемба.

Гемба — дословно означает «фактическое место» или «выйти на место, где производится работа». Гемба может быть что угодно — участок на производстве, стойка администратора в кафе, стройплощадка или центр банковских услуг.

Опираясь на миссию нашего Банка «Мы даем людям равные возможности быть успешными», мы идем по пути непрерывных улучшений и изменений. Для этого мы пошли в реализацию очень смелого для банковского сектора проекта, в рамках которого работники PARITETBANK по всей Республике Беларусь на несколько дней «вышли на места» и погрузились в рабочие процессы друг друга, чтобы отметить то, что ускользает в повседневной рутине.

Гемба. Начало

Работники с воодушевлением откликнулись на предложение «поменяться местами» и вдохновились возможностью внести вклад в смежные направления деятельности.

В проекте приняли участие более 60 человек по всей Республике Беларусь. Погрузившись в тонкости повседневных рабочих процессов, работники, в том числе и топ-менеджмент, примеряли на себя новые должностные обязанности. Мы искали ответы на вопросы: «Зачем мы это делаем?», «Почему именно так?».

Что мы поняли

Все участники Гемба дали один комментарий — полный восторг! С помощью такого простого инструмента, был получен результат, который невозможно получить в рамках стандартных и регламентированных подходов в банковской сфере.

Ни один тимбилдинг не может сплотить коллектив так, как погружение в решение общих сложных задач, внесение вклада в общий результат, что позволяет оценить происходящее не из телефонной трубки или экрана компьютера, а в «фактическом

месте» события. Наша Гемба помогла сделать важные шаги по сплочению команды!

Профит

На Гемба было собрано более 200 предложений по совершенствованию всех охваченных направлений.

По итогам завершения Гемба была организована командообразующая сессия с привлечением внешнего профессионального эксперта Сергея Колесникова. Все идеи и предложения после обработки участниками команд разделились на две основные группы: быстрореализуемые и стратегические.

Сессия была организована в форме увлекательного мастер-класса, где каждому участнику (а их было более 100 сотрудников) была отведена собственная роль с возможностью влияния на весь процесс. Эта сессия стала достойным финалом проекта! Сейчас команда уже имеет результаты по реализации части предложений. Это вдохновляет и вселяет веру в собственные силы.

Проект Гемба помог нам:

- повысить эффективность команды;
- улучшить процессы;
- раскрыть потенциал работников.

Мы продолжим данную практику и будем искать новые интересные формы ее реализации, ведь попытки решать проблемы без проверенных фактов — это как идти в темноте. И именно выход «на места» позволяет не только решать проблемы, но и предвосхищать их появление.

Экспертное мнение

Татьяна Костюченко,
директор департамента
кадровой политики
PARITETBANK



Главным результатом для нас, как HR-ов, стало то, что сотрудники сблизили позиции, посмотрели на работу друг друга под новым углом. Мы увидели потенциал команды и горящие глаза сотрудников. Теперь мы убеждены, что работать в такой команде — это удача!

Татьяна Пясецкая,
операционный директор,
член Правления
PARITETBANK



Мы решили идти в Гемба не только потому, что это способ увидеть процесс создания ценности таким какой он есть и далее улучшить его. Но и потому, что в его реализации мы видим возможность для повышения мотивации сотрудников, укрепления сплоченности команды, а также способ повышения вовлеченности и заинтересованности сотрудников в дальнейшем личном развитии, развитии компании и вместе с компанией!

Сергей Колесников,
Управляющий партнер
Международной Академии
Человеческого Капитала
ИНСА



Когда из кабинетов люди идут «в поля» — это отличный пример для тех, кто задумывается над улучшением клиентского сервиса через оптимизацию внутренних процессов в бизнесе. Ведь только «снаружи» можно увидеть, как компания работает с клиентом. Команда ИНСА получила удовольствие от возможности оказать содействие в подготовке и внедрении технологии отбора и сортировке идей, а также их факторной оценки. Мы получили удовольствие от работы с командой, заряженной позитивными изменениями и желающей сделать свой банк лучше.

КОМАНДА ДРАЙВМОТОРС: «СМЕЛОСТЬ ДВИГАТЬСЯ ВПЕРЕД!»



В нашем быстроменяющемся мире безусловной ценностью остается человек. Именно человеческий ресурс с его неисчерпаемым потенциалом определяет, как выглядит и работает компания. Именно люди создают продукты и ценности.

Немного истории

Как первый официальный дилер Ниссан компания «ДрайвМоторс» известна с 2009 года. До этого юридическое лицо имело другое название, история которого началась еще раньше – в далеком 2003 году. Вот уже более 7 лет автоцентр Ниссан занимает удобное расположение на Долгиновском тракте. Имея прочные позиции в сфере автобизнеса, мы не останавливаемся на достигнутом и продолжаем развиваться.

Наши корпоративные ценности

За свою долгую историю в компании пришли к пониманию, что всех сотрудников объединяет нечто общее. Что же это? Это ценности, которые прису-

щи каждому из нас, заложены в нашем воспитании и проверены жизненным опытом. Это то, что объединяет нас помимо целей и задач бизнеса. И когда цели и ценности совпадают, удается достичь тех успехов, которые мы достигли на настоящий момент, и планируем достигать дальше.

В итоге мы разработали уникальный продукт – описание нашей корпоративной культуры. Понимание наших сильных и слабых сторон дает возможность двигаться дальше в своем развитии, как единый организм, не забывая и про конкретные цифровые показатели, к которым стремимся. Межличностные отношения внутри коллектива, несомненно, отражаются на качестве работы с клиентами. Клиенториентированность – наше кредо. Клиент – это прежде всего наш партнер, и наши доходы растут вместе с его удовлетворенностью.

Наша репутация держится на профессионализме и честности, как в отношении к клиентам, так и внутри компании. Мы доверяем друг другу, дер-

жим свое слово и выполняем обязательства. Работая в команде профессионалов, каждый несет ответственность за свою работу. В целом мы все несем ответственность за будущее нашей компании: делаем общее дело, и решение каждого влияет на успех остальных.

Что дает нам уверенность в будущем?

Комфортные условия работы, эффективное сотрудничество и взаимопомощь на всех уровнях

счит их перепрофилирования и перехода в другие подразделения.

Истории успеха наших сотрудников убеждают нас в эффективности выбранного вектора развития компании. Ведь мы действительно реализуем эти принципы в каждом дне нашей совместной работы. Внутренний потенциал команды является залогом нашего коммерческого успеха!



определяют конструктивную атмосферу в команде. Компания создает все условия для отдыха и общения сотрудников и вне рабочего процесса. У нас принято поздравлять сотрудников с днем рождения, совместно отмечать корпоративные праздники.

Руководители поддерживают доброжелательные отношения и активность в коллективе, поощряют стремление сотрудников к саморазвитию. В практике нередки случаи, когда сотрудники обращаются с интересными идеями, инициативами и проектами. Обратная связь с коллегами и высокая вовлеченность помогает грамотно выстраивать и корректировать рабочие процессы.

У каждого члена команды есть возможность повышать свой профессиональный уровень и продвигаться по карьерной лестнице. На сегодняшний день 39% руководителей состоит из выросших внутри компании. Возможность развития сотрудников в контуре компании достигается также за

КОРПОРАТИВНАЯ БИЗНЕС-ШКОЛА «ПЕРВОЙ АККУМУЛЯТОРНОЙ КОМПАНИИ»

Как торговая компания основала свою бизнес-школу и за год трансформировала все бизнес-процессы

ООО «Белинвестторг» (Первая аккумуляторная компания) представляет собой оптово-розничную компанию с собственной сетью розничных магазинов. Основной реализуемый продукт АКБ, смазочные материалы, технические жидкости и автомобильные аксессуары. На аккумуляторном рынке с 1995 года. Среди основных достижений компании:

- создание и продвижение белорусских аккумуляторных брендов, получивших известность и доверие покупателей как в родной стране, так и за рубежом (ZUBR, VOLAT, ENRUN и др.);
- участие в создании системы сбора отработанных аккумуляторных батарей у населения;
- создание вертикально интегрированной группы компаний, обеспечивающей полный цикл производства и дистрибуции аккумуляторных батарей

Сегодня (Первая аккумуляторная компания) – это торговый дом белорусского производителя аккумуляторных батарей, работающий как на зарубежных рынках, так и в родной стране. В магазинах представлены накопители энергии для всех видов транспорта по свинцово-кислотным технологиям (WET, AGM, EFB, GEL), а также освоена сборка Li-ion аккумуляторов для электротранспорта и электроинструментов. Активно развивается интернет-площадка 1AK.by.

Быстро растущая торговая сеть (35 магазинов во всех регионах страны, в планах на 2022 год – 70), освоение новых зарубежных рынков, расширение номенклатуры высокотехнологичных товаров и развитие Интернет-площадки для B2B и B2C рынков потребовали в короткие сроки изменить бизнес-процессы компании. Быстрый рост компании выявил новые потребности в подборе, адаптации и обучении сотрудников. Поэтому мы создали собственную Бизнес-школу 1AK.

Проект «Business-school 1AK»

Цель: формирование системы непрерывного обучения и развития сотрудников ООО «Белинвестторг», обеспечение быстрой адаптации новых сотрудников.

Инструменты: запуск дистанционной обучающей платформы, проведение онлайн, офлайн обучения и тренингов, создание обучающих роликов как для сотрудников, так и для потребителей, сотрудниче-

ство с высшими учебными заведениями страны. Подготовка внутренних тренеров по направлениям

Результат

1. Разработанная программа включает онлайн и офлайн обучение. В качестве экспертов выступают как собственные сотрудники, так и приглашенные тренеры. Программы обучения сформированы по следующим направлениям:

- обучение
- развитие
- оценка
- адаптация

Подготовка материалов для обучающей платформы – это формализация знаний компании и обеспечение быстрого доступа к ним сотрудников. В результате работы «Бизнес-школы 1AK» сократился адаптационный период для новых сотрудников, повысилось качество обмена знаниями у профильных специалистов по направлениям деятельности, повысилась управляемость региональных сотрудников, что позволяет обеспечивать единые эффективные стандарты работы.

2. Взаимодействие с высшими учебными заведениями страны реализовано в двух направлениях: проведение обучающих занятий и тренингов в ВУЗах; приглашение на стажировку в компанию студентов и их дальнейшая подготовка для работы в компании.
3. На специализированном YouTube-канале «Первой аккумуляторной компании» размещены ролики, повышающие уровень информированности покупателей о продукте, его обслуживании, а также ролики обучающего характера, которые используются в том числе, как инструкции или для обучения. Например, ролик «Нагрузочная вилка» получил 3691 просмотр, ролик «Как устроен аккумулятор» 2779 просмотров, ролик «Что такое ареометр» 6818 просмотров, ролик «Тяговый аккумулятор» 8469 просмотров. Тематика роликов обучающего характера, находящихся в открытом доступе, формируется исходя из потребностей бизнеса и запросов покупателей.

Перевод иностранных слов:
ЗУБР, энергия, ВОЛАТ

ЧТО СКРЫВАЕТСЯ ЗА ЗАКРЫТЫМИ ДВЕРЯМИ КЛУБА «ФРАНДЕСА»?

Как сплотить сотрудников и вовлечь в жизнь компании и рабочие процессы в интересном для них формате? Закрытый клуб. Первое правило закрытого клуба – никому не рассказывать о закрытом клубе (ну... кроме любимых коллег).

Ещё один HR-аккаунт?

Корпоративные HR-аккаунты в инстаграм не редкость, этим давно никого не удивишь. Там компании стараются показать активную внутреннюю жизнь, принципы, цели и миссию компании, корпоративные ценности.

Но нужен ли коллегам ещё один формализованный аккаунт в инстаграм? Официальные новости, отредактированные картинки, советы по продуктивности?

Представьте себе ситуацию: вы сидите на работе, в обед решили отдохнуть, переключиться и полистать инстаграм. Открываете ленту... Опять работа? Вряд ли вам это понравится, если только вы не листаете его в рабочее время.

Что за тайный клуб и зачем он нужен?

Компания «Франдеса» – белорусский разработчик и производитель средств защиты растений. Особенность в том, что компания территориально разделена на две локации: производство в г. Берёза и минский офис в два этажа. Сотрудники, несмотря на расстояние в 250 км, общаются и даже дружат. Хорошо, если работа предполагает командировки на производство и есть повод лично пообщаться с коллегами. Но есть среди нас и такие, кто общаются только по телефону, узнают друг друга по голосу с одного звука, но не знают, как выглядит коллега из другого офиса. Из 220 человек в двух офисах, есть также и те, кто совсем не знаком.

Для того чтобы объединить коллег в неформальном общении, мы решили создать корпоративный канал в инстаграм. И мы решили так: инстаграм – он ведь для развлечения. А у нас была цель перенести туда наше общение в семейно-дружеской атмосфере, сложившейся в компании. Сблизить тех, кто разделён расстоянием и познакомить тех, кто не знаком.

Поэтому мы создали внутренний закрытый корпоративный аккаунт. Люди со стороны не увидят его, это своеобразный тайный клуб, только для тех, кто уже пополнил наши ряды. Вступать никого не принуждаем – коллеги узнают про аккаунт друг от друга и подписываются.

Конечно, у корпоративного аккаунта есть моде-

ратор, следующий строгому контент-плану, чтобы ничего не упустить и быть интересными для всех. Он задаёт направления общения, помнит про все новости и важности, плотно коммуницирует с коллегами обеих локациях, Минске и Березе.

О чем же мы там пишем?

Благодаря тому, что аккаунт @frandesafamily закрыт от посторонних глаз, наши коллеги не стесняются присылать фото и рассказывать о себе. Теперь большинство из нас знает друг друга в лицо.

Мы видим, насколько мы разные и в то же время, сколько у нас общего! Разные хобби, начиная от мотоциклов (увлечение нашего генерального директора) и заканчивая настольными играми или орнитологией. Прямые трансляции помогают увидеть мероприятия офиса тем, кто временно работает удалённо. Рубрика «Герой дня» даёт возможность задать коллеге вопросы о работе, о жизни, о философии.

Рубрика «наши традиции» рассказывает о том, как мы вместе проводим досуг, будь то обеденная игра в UNO, совместный поход в кино, очередной забег бегового клуба «FRUNDESA» или вечер английского с чаем и печеньками в нашем English Club. И многое другое!

Конечно, есть и те, кто пока просто смотрит. Но мы уверены, что скоро им тоже захочется участвовать во внезапном флешмобе с отметкой @frandesafamily, поделиться своим фото с любимым питомцем, показать, каким ты был 1 сентября много-много лет назад и посмотреть, угадают ли коллеги, что этот мальчик с огромным букетом – именно ты.

Эти активности не только сближают. Мы общаемся в комментариях, делимся важными для нас вещами и становимся настоящей командой – не только во время рабочего процесса, но и вне его.

За более чем год существования аккаунта мы убедились в однозначной его пользе. Внутри корпоративные коммуникации в социальных сетях работают в нашей компании. Наш «закрытый клуб» не только объединил, но и сплотил нас. Мы стали еще ближе, а наше общение более теплым!

Перевод иностранных слов: «frandesafamily» с англ. – «Семья Франдеса», «FRUNDESA» – «Frandesafamily» – транслитерация с русского на английский названия компании «Франдеса» в сочетании со словом «run» с англ. – «бег», «English Club» с англ. – «Английский клуб»

СИСТЕМА ОБУЧЕНИЯ И НОВЫЕ ПОДХОДЫ В РАБОТЕ В КОМПАНИИ SOCKET

Пандемия, несомненно, внесла свои корректировки в процессы работы. Удаленный формат работы стал приоритетным для многих соискателей и работодателей.

Для того, чтобы мы могли предоставить качественное обучение и адаптацию в удаленном формате, мы сделали акцент на совершенствование системы обучения, существующей в компании. Благодаря этому, соискатели не только из Минска, но и из регионов Республики Беларусь имеют возможность присоединиться к нашей команде. Пятидневное удаленное обучение – это старт, а дальше идет отработка на практике полученных знаний с помощью и поддержкой наставника. На сегодняшний день, в рамках отдела работают сотрудники из таких городов, как: Жодино, Жлобин, Бобруйск, Лида, Барановичи, Ивенец, Хойники, Брест, Орша, Гродно, Минск. Далее мы планируем развивать географию наших возможностей.

Мы готовы рассматривать в качестве потенциальных сотрудников как кандидатов с опытом, предоставляя им возможности для роста и развития, так и молодых специалистов, стремящихся получить новые знания.

Мы понимаем, что при выборе места работы кандидаты интересуются возможностями, которые есть в рамках компании.

Мы стали думать: как упростить процесс ввода и обучения новичков, какие инструменты в работе позволят нам выводить сотрудников на нужный результат?

Что для этого нужно? Помощь и поддержка:

- на этапе обучения
- на этапе адаптации
- в процессе достижения результата

Да, мы помогаем выйти на нужный результат.

Какими инструментами? Обучением и индивидуальным подходом.

В чем суть индивидуального подхода? Использование принципов коучинга в работе.



Грицай Олег,
корпоративный тренер

Коучинговый подход – отход от директивного руководства, пробуждение мотивации сотрудников и возврат им ответственности. Задача руководителя раскрыть потенциал сотрудника, дать поддержку, вовлечь в решение текущих задач, сделать партнером.

Руководитель, применяющий такой подход:

- берет и дает конструктивную обратную связь;
- слушает и слышит своих сотрудников;
- создает благоприятные условия развития команды и эффективной работы;
- формирует атмосферу доверия;
- сохраняет нейтральную позицию;
- вместо советов задает эффективные вопросы.

Какой результат мы получим?

- развитие сотрудников;
- расширение их сферы самостоятельности и ответственности;
- доверие в решении важных вопросов и сложных задач;
- стимулирование инициативы и поиска новых идей;
- повышение лояльности и вовлеченности коллектива;
- устранение страхов и внутренних барьеров.

Руководителю не обязательно становиться профессиональным коучем.

Достаточно научиться задавать открытые вопросы, слушать и фиксировать позитивные изменения.

На сегодняшний день у нас уже есть положительные примеры и результаты.

Благодаря данному подходу, нам удалось достичь роста конверсии и сокращения количества ошибок, допускаемых сотрудниками Отдела продаж.

Коучинговый подход, встречи групповые и один на один, позволили повысить конверсию отдельных сотрудников на 10,11%, снизить количество ошибок в работе новичков с 27 до 2-х.

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КАРЬЕРА ИЛИ МАТЕРИНСТВО. НУЖНО ЛИ ДЕЛАТЬ ВЫБОР

Я, Мария Лемеза, руководитель аутсорсинговой компании СМАР. Я безумно люблю то, чем занимаюсь. Мне это приносит огромное удовольствие, и делаю все с большим интересом. Конечно, бывают сложные моменты, когда думаешь, что вот — все, пора заканчивать! Но интерес к сотрудникам, клиентам, проектам, задачам всегда помогает пережить такие минутные кризисы. Одним из последних тяжелых испытаний для компании и команды стали моя беременность и первое время после нее.

Мария Лемеза, руководитель аутсорсинговой компании СМАР

У всех было много переживаний и волнений, что я не смогу в полной мере участвовать в процессах. И я рада, что именно в этот момент команда нашей компании показала себя как надежный тыл. За это непростое время нам удалось не только сохранить свои позиции на рынке, но и показать существенный рост. И отдельно благодарна за поддержку моему партнеру — все это время Ольга Ковтун выполняла большую часть моих функций.

Поэтому я прекрасно понимаю волнение девушек, которые хотят сменить работу или боятся двигаться по карьерной лестнице, потому что планируют в ближайшее время стать мамой. Это волнение может повлиять на здоровье женщин, поэтому в нашей компании мы стараемся создавать максимально благоприятные условия для женщин, планирующих беременность, беременных или уже состоявшихся мам.

Мы очень рады, что сотрудники, проработав довольно долго в компании, на наших глазах вышли замуж, запланировали беременность и стали мамами. При этом многие продолжали работать практически до самой даты родов и вернулись к работе уже после 3-6 месяцев после. У нас даже шутка есть о дате родов: что самое главное — после отчетного периода можно рожать в любой день.

И это не потому, что мы заставляем или каким-то образом мотивируем женщин не быть в полноценном декрете. А исключительно по желанию самих женщин мы предоставляем им возможность комфортно совмещать материнство и работу. Для нас это особенно важно, так как в силу специфики в коллективе работают только женщины.

К примеру, на довольно раннем сроке беременности мы начинаем этап планирования декрета. В планирование входит: поиск помощника, кото-

рый сможет перенять часть функций беременной сотрудницы, планирование передачи дел другому специалисту, обязательно выделение времени для контроля за работой нового специалиста на проекте. Поэтому все наши сотрудницы стараются максимально быстро сообщить о своем красивом положении, чтобы запустить этот процесс подготовки.

После рождения малыша сотрудница выполняет только те задачи, которые не требуют сиюминутного решения, и она может их выполнять в течение дня в удобное время. Также она сама определяет количество часов работы. Мы используем специальную CRM-систему для отражения часов работы по проектам и конкретным задачам, поэтому мы в онлайн-режиме можем видеть, какие задачи выполнены и сколько времени на это понадобилось.

Так как все документы и базы 1С клиентов хранятся на удаленном сервере, то дистанционная работа не вызывает никаких трудностей. В том числе это позволяет оставаться вовлеченной в процесс, если вдруг ребенок заболел. Особенно часто дети болеют, когда начинают ходить в садик (знаю это не понаслышке).

Помимо планирования, делегирования функций, благоприятной психологической атмосферы, которую мы создаем для наших беременных, у нас для будущих и состоявшихся мам предусмотрены премии и выплаты стимулирующего характера.

Поэтому на собеседовании мы никогда не задаем вопросов о семейном положении или планировании беременности, так как с этической точки зрения и нашей философии это не уместно. И наши внутренние процессы устроены таким образом, что мы всегда рады прибавлению в нашу семью СМАР.

Многое за эти годы уже сделано в нашей компании для поддержки женщин, однако мы планируем сделать еще больше. Мечтаем о своей детской комнате, чтобы детки были рядом с мамами пока те работают, и мамы могли в любой момент проводить малышей, покормить, поиграть с ними и снова заняться любимым делом.

Кроме своих сотрудников, мы не оставили без внимания и поддержки других женщин, которые думают или пытаются совмещать материнство и работу. Мы запустили образовательный проект MayTry, где поделились своим примером, инструментами и ресурсами, как можно комфортно совмещать материнство и работу.



КАК В «АЛИВАРИИ» СОЗДАЮТ КУЛЬТУРУ ОТВЕТСТВЕННОГО ПОВЕДЕНИЯ

Быть и чувствовать себя в безопасности - одна из важнейших ценностей для каждого из нас. Чувствовать себя в безопасности - значит быть спокойным и уверенным. И как же здорово, когда это самое чувство дает тебе твой работодатель. В компании «Аливария» считают, что нет такой работы, которую нельзя было бы выполнить безопасно.

«Аливария» уделяет пристальное внимание соблюдению требований законодательства в области охраны труда. Как часть международной группы компаний Carlsberg Group, мы заботимся о благополучии, здоровье сотрудников, стремимся предупредить риски и обеспечить безопасные условия труда. Ключевую роль в этом играет культура «Ноль несчастных случаев» — одна из главных задач в рамках программы «Цель 4 ноля: Вместе для будущего», которая является частью стратегии устойчивого развития Carlsberg Group.

Интересный факт: «Аливария» на 100% является частной организацией. Таким образом, компания шагает в ногу со временем и применяет высокие технологии как на производстве, так и во всех бизнес-процессах.

В «Аливарии» мы даже выделили отдельное направление – культура ответственного поведения на рабочем месте. Она начинается с изменения мышления каждого работника, который осознает себя важной частью большой команды. Основным инструментом, через который мы меняем культуру, – поведенческий аудит безопасности или, как его называют в «Аливарии», – ПАБ. ПАБ использует наблюдения за тем, как сотрудник выполняет работу и корректирует этот процесс от небезопасного к безопасному через диалог.

Как мы начинали?

На начальном этапе мы вовлекали руководителей производства и логистики в ПАБы. Их основная задача – наблюдать и замечать опасные действия в своих подразделениях, а также обсуждать с коллегами, нарушившими стандарты безопасности, последствия для жизни и здоровья, убеждать дей-

ствовать безопасно. Аналогичный подход существует и в отношении подрядчиков. Мы не ищем нарушителей с целью наказания, но стремимся к недопущению опасных ситуаций.

Поведенческий аудит безопасности в первую очередь нацелен на исправление опасного поведения. С помощью ПАБов Компания дополнительно поощряет команду за безопасную работу.

Что было дальше?

Со второй половины 2019 года в Компании начали проводить обучение наблюдениям за опасными ситуациями для всех работников. До начала пандемии были организованы занятия в классе, где проводили презентации и вели диалог с командой. В условиях распространения COVID-19 мы перешли на онлайн-обучение, на которое пригласили в том числе региональных сотрудников. Все вместе мы старались сделать нашу Компанию безопасным местом работы.

В мае 2020 года в «Аливарии» появились амбасадоры по охране труда – «Чемпионы безопасности». Чемпионы участвуют в оценке производственных рисков, ведут минутки безопасности» в своих цехах, продвигают культуру сообщения о микротравмах и предпосылках к травмам.

А как сейчас?

В 2021 году цели «Аливарии» по наблюдениям стали еще более глобальными. Сейчас в центре внимания безопасные действия. По статистике именно неверные действия или бездействие работника в 90% случаев приводит к травме. Компания старается вовлекать всю команду в построение культуры ответственного поведения: на информационных досках ежедневно вывешивается количество наблюдений за сутки и ведется учет вовлеченности. В этом году мы стали лучше проводить наблюдения. Помогает в этом рабочая



группа по ПАБ и наблюдениям, в состав которой входят представители разных отделов и цехов.

Есть еще 2 команды:

- 1. группа по оценке производственных рисков.** В ее обязанности входит оценка общеизвестных рисков, связанных с выполнением рутинных производственных задач и оценка редко проводимых операций, новых проектов и задач.
- 2. группа по расследованию случаев травматизма** рассматривает и анализирует случаи травматизма. Сотрудники исследуют возможные риски, разрабатывают план улучшений, обмениваются информацией о случаях травматизма с коллегами из других рынков в рамках Carlsberg Group. В рабочую группу также поступает информация о микротравмах и потенциально опасных ситуациях. Ни один из случаев не остается без внимания. Мы приветствуем сообщение работниками о near miss (предпосылках к травме). Это помогает среагировать вовремя и предотвратить травму.

Следуя по пути к нулевому травматизму в компании Carlsberg разработали ряд простых правил, сохраняющих жизнь:

1. Всегда соблюдайте правила дорожного движения (на территории завода и на дороге).
2. Обязательно следуйте процедурам LOTO (блокировка и маркировка).
3. Никогда не ослабляйте, не обходите и не убирайте защитную блокировку движения и/или установленные барьеры при работе оборудования.
4. Всегда соблюдайте требования к организации и проведению работ на высоте, используйте необходимые средства защиты от падения.
5. Строго следуйте процедурам и требованиям к выполнению работ в замкнутом пространстве.

Справочная информация: LOTO (Lockout Tagout Procedure) – комплекс мер, позволяющих исключить потенциально опасные ситуации, связанные с несанкционированной подачей жидкостей, газов, электроэнергии, что может привести к травме или более серьезным последствиям. Здесь широко используются информационные бирки (tagout/tag), прикрепляемые в месте отключения источника энергии (на блокиратор или на замок), а также информирование персонала о проводимых работах, таких как вывешивание плакатов, установка

заграждений, блокировка управляющего напряжения, пусковых кнопок и т.п.

Сейчас, в Carlsberg Group, и на «Аливании» в частности, эти правила стали нормой жизни сотрудников. Все производственные отделы следуют правилу Carlsberg Group: «Нет такой срочной работы, которую нельзя было бы выполнить безопасным способом».

Интересный факт: Компания продвигает культуру ответственного потребления. В портфеле «Аливании» представлены локальные и международные бренды, в том числе безалкогольная линейка напитков (например, квас и энергетики).

Компания «Аливания» развивает культуру ответственного поведения и гордится первыми результатами проекта. За 9 месяцев этого года сотрудники провели 1070 ПАБов, выявили 2861 небезопасное условие и 2770 случаев опасного поведения, 96% персонала завода приняли участие в программе наблюдений. На 28.10.2021 мы имеем 482 дня без несчастных случаев, успешно пройден аудит ТОП-менеджмента по охране труда региональным руководством Carlsberg Group.

Берегите себя и коллег! Действуйте безопасно, будьте бдительны и на работе, и в быту!

Комментарий эксперта

Менеджер по работе с персоналом и корпоративной культуре
Nokian Tyres Russia & Asia

Безопасность — это наиболее важная часть любой производственной компании. «Безопасность начинается с тебя», «Цель ноль», «Safety first», «Золотые правила безопасности» — это лишь малая толика слоганов, которые мы часто видим на различных производственных объектах. К сожалению, иногда это бывают декларируемые правила, которые в реальности не соблюдаются, и к ним подходят формально. Программа завода «Аливания» — это яркий пример осознанного и правильного подхода. Коллеги правильно делают правильные вещи. При таком подходе и наборе, вроде бы, простых и общеупотребительных инструментов безопасность в компании должна быть на высоте и цель 0 должна быть достигнута. Удачи коллегам в их дальнейшем пути: так держать!



Перевод иностранных слов: вместе к нулю, процедура блокировки с помощью тегов, СТОП, «Безопасность – на первом месте».

СОЦПАКЕТ ГОДА: ОФИС ОТКАЗАЛСЯ ОТ ПРЕМИИ В ПОЛЬЗУ АПТЕК



Пандемия стала вызовом для фармацевтики, принесла высокий спрос и страх неопределенности. В период, когда внимание хаотично цеплялось за пугающие новости, холдинг «Аптека групп» сделал акцент на поддержку своих сотрудников. Это стало ключевым HR-проектом компании.

Безопасность людей и бесперебойная работа аптек – главная задача компании с первых дней эпидемии.

На ранних этапах пандемии специалисты оказались уязвимыми, но холдинг быстро включился в поставку средств индивидуальной защиты: запас масок, исходя из продолжительности рабочей смены, перчатки, антисептические и дезинфицирующие средства. В прикассовых зонах были установлены защитные экраны для дополнительной безопасности персонала.

«Тот, кто уверен в собственной безопасности — абсолютно беззащитен»

Если коротко описать план, которым руководствуется «Аптека Групп», то он будет звучать так: *безопасность сотрудников и всех людей, находящихся в зоне ответственности компании.*

Для этого была запущена информационная кампания по продвижению системы онлайн-бронирования в сети аптек Адель и «Добрыя лекі». Почти 30 000 онлайн-заказов позволили сократить нагрузку на сотрудников в аптеках и уменьшить время контакта с покупателем, снизив общие риски.

Параллельно с бронированием начала работу собственная служба доставки. Курьеры были включены в общую систему защиты и обеспечены всем необходимым: маски, перчатки, антисептики и инструкции бесконтактной доставки. Заказать безрецептурные лекарства домой можно было во всех областных центрах, а также в Барановичах, Полоцке, Новополоцке и других районных городах.

Проверка на прочность

Для экстренного реагирования по личной инициативе председателя Совета директоров Леонида Томчина был создан единый центр поддержки.

Проект, в рабочую группу которого вошли руководители всех подразделений компании. Совещания с участием Леонида Альбертовича по вопросам защиты и поддержки сотрудников в период пандемии стали еженедельными. Личное погружение

всего ТОП-менеджмента компании сделало проект беспрецедентным по своим масштабам.

Сотрудники могли оперативно получить ответы на любые вопросы, связанные с пандемией. По телефону горячей линии врач-терапевт, или как его называли в компании «доверенный доктор», давал первичную консультацию и составлял план действий в случае недомогания общего характера. При подозрении на пневмонию можно было обратиться напрямую к руководителю, который незамедлительно оказывал помощь в оформлении домашнего карантина или экстренной госпитализации.

Еще один важный элемент в координации – корпоративный чат в Telegram. С момента его создания сотрудники получили возможность выражать свое отношение к происходящему и участвовать в коллективных решениях.

Чат позволил охватить 78% команды и наладить оперативное оповещение по ключевым вопросам в период пандемии.

В это же время фокусом внимания для фарм-специалистов стал учебный портал. Дистанционное обучение позволило быстро организовать работу в новых условиях: памятки ВОЗ, инструкции Центра гигиены и эпидемиологии, комплексные рекомендации и учебные курсы исключительно онлайн.

Готовность прийти на помощь в ДНК компании

Не только от руководства исходила инициатива, многие коллеги самостоятельно подключились к проекту взаимопомощи: одни подвозили необходимые лекарства и продукты, другие поливали цветы и выгуливали животных, оставшихся на время без хозяев, а третьи присматривали за детьми и родителями тех, кому самим сейчас требовалась помощь. В один момент место чужих проблем заняла искренняя эмпатия.

Благодаря сотрудникам без медицинского образования, но с большим желанием помочь, получилось собрать мобильные бригады. Они принимали звонки в контакт-центре, маркировали товары и работали администраторами в аптеках.

Все силы на поддержку тех, кто на передовой

Холдинг поддерживал сотрудников аптек по всей стране и медработников двух клинических больниц Витебска, бесплатно поставляя им горячие обеды. Повара службы кейтеринга работали ночью, соблюдая все меры предосторожности: пер-

чатки и маски. Каждый бокс был подписан словами благодарности за труд.

«Это то малое, что сейчас мы можем сделать для тех, кто принял на себя удар»

Ощущение безопасности не только сегодня, но и завтра для сотрудников аптек дала страховка. Все фармспециалисты получили индивидуальные полисы на сумму от 6000 рублей, а те, кто в компании больше двух лет – дополнительное страхование от COVID-19 на сумму 2000 рублей.

Весной 2020 года произошло символическое, но искреннее в своем единогласии событие. Было принято решение отказаться от ежемесячной премии сотрудников офиса в пользу провизоров и фармацевтов сетей Адель и «Добрыя лекі».

«...понимание того, что именно в аптеку приходят за первой помощью при недомогании, – это сегодня несопоставимо с теми задачами, которые приходится решать в офисе. Отказ от личной премии в пользу сотрудника аптеки – жест доброй воли, показывающий солидарность с теми, кто сегодня стоит у первого стола».

В 2021 руководство компании открыто высказалось о своем отношении к вакцинации и призвало каждого сотрудника, как профессионала и медработника, подойти к данному вопросу ответственно. Многие сделали выбор в пользу вакцинации, тем самым защищая себя и свое окружение от последствий третьей и четвертой волны коронавируса. Время, потраченное работниками на вакцинацию, было компенсировано компанией.

С таким опытом мы готовы ко всему

«Пандемия – сложное испытание, но трудности – это возможность стать более гибкими и опытными. Каждый день мы вместе помогаем тысячам людей, поддерживаем друг друга и не перестаем двигаться вперед. Это время сплотило не только команду холдинга, но и каждую семью. Мы поняли, как важно уделять внимание близким и собственному дому. Научились брать ответственность не только за себя, но и за других, а здоровье стало главным проектом», – Леонид Томчин, председатель Совета директоров холдинга «Аптека Групп».

Мир изменился, а эмпатия вышла на первый план. Сегодня эффективен работодатель, который заботится о человеке по обе стороны от кассы. Соблюдение социальной дистанции, не теряя ментальной близости – ключевой элемент коллективного иммунитета.

ПОЧЕМУ СОТРУДНИКИ У НАС ЖДУТ НЕ ПЯТНИЦЫ, А ПОНЕДЕЛЬНИКА



Realt уже 16 лет работает для людей, помогая им легко, быстро и эффективно продавать и покупать недвижимость.

И главная ценность нашей компании - это тоже люди. Рассказываем, как мы делаем жизнь наших сотрудников комфортнее и почему им нравится работать в Realt.

Realt начал работать в 2005 году на базе общегородской базы агентств недвижимости и вскоре стал крупной площадкой недвижимости в Беларуси. На ней размещены тысячи объявлений о продаже и аренде недвижимости. И каждый день мы улучшаем наши сервисы, чтобы людям было удобнее решать свои жилищные или бизнес-вопросы. Мы также публикуем интересные и важные новости, плюс снимаем крутые видео. И наши пользователи ценят эту работу. Так, в октябре 2021 года мы поставили новый рекорд — посещаемость Realt достигла 1,8 миллиона пользователей в месяц!

Главная же ценность нашей компании - это тоже люди. Мы ценим каждого нашего сотрудника и создаем ему такие условия, чтобы работа была для него не рутинной, а неотъемлемой частью жизни. Мы делаем все, чтобы наши сотрудники ждали не пятницы, а понедельника. И оно так и происходит. А почему, расскажут наши ребята.

Почему людям нравится работать в Realt

- В компании работают молодые, веселые, интересные и профессиональные сотрудники. Для меня главным фактором выбора Realt в качестве работодателя послужила возможность поучаствовать в развитии именно белорусского продукта, аудиторией которого являются, в том числе, мои друзья и знакомые.

Немаловажен факт творческой свободы в выборе технологий и инструментов, которые я применяю в повседневной работе. Realt – это то место где ты окружен классными людьми, и каждый день получаешь удовольствие, делая свою работу в атмосфере дружбы и взаимоподдержки. А еще в нашей компании крутой офис, в котором царит теплая, почти домашняя атмосфера.

Алексей Кравчук, инженер-программист

– Realt – продуктовая компания, где многие продукты пишутся с нуля. Здесь есть возможность применить свои знания, есть где развернуться. Плюс это небольшая компания, где нет бюрократии и все друг друга знают. Благодаря этому нам проще общаться, решать проблемы и рабочие вопросы. Все мои ожидания здесь соответствуют реальности.

Валентина Зуева, инженер-программист

– Любой маркетолог мечтает работать в проекте, которому интересно развиваться и быть первым. Такой проект для себя я увидела в Realt: большие планы на будущее, молодая профессиональная команда, полный карт-бланш в маркетинге и большие перспективы развития. Всегда завидовала ребятам, которые стояли у истоков крупных известных брендов, а тут и у меня появилась возможность построить новый каркас для Realt и сделать силами нашей команды его самой популярной площадкой недвижимости в Беларуси. Для меня это классный опыт и жирная точка роста. Проработав год в Realt я могу сказать, что я правильно сделала выбор. Команда маркетинга выросла из одного человека в большой отдел с крутыми людьми, которые каждый месяц ставят новые рекорды. В этом году мы получили четыре награды на международном конкурсе “Лама”. То ли еще будет!

Екатерина Большакова, руководитель отдела маркетинга

В нашей компании у каждого сотрудника – большая свобода действий, благодаря которой можно дать волю творчеству. Это предполагает высокий уровень ответственности – но ведь так и работают настоящие профессионалы. При этом мы всегда друг другу помогаем и сообща работаем на результат.

Мария Томашевская, менеджер спецпроектов

– Realt для меня был хорошей возможностью сделать шаг вперед в карьере. Я понимала, что смогу использовать весь свой опыт и при этом у меня будет возможность расширить свои знания и навыки.

Ну и конечно, было страшно...интересно. Ведь это проект в моей стране, для любого человека, проходящего мимо на улице. Мне нравится здесь работать, потому что тут сложные и интересные задачи, а также веселый коллектив.

Елена Полелей, инженер по тестированию программного обеспечения

А для того, чтобы нашим сотрудникам было еще комфортнее, мы недавно переехали в новый офис в современном пространстве К-21 на Кальварийской. Метро “Молодежная” – в ста метрах. Бесплатных мест для парковки – тьма. Рядом ТЦ “Корона” и множество кафе, баров и креативных пространств. А еще у нас отдельный вход и сотрудникам не приходится томиться в ожидании лифта, а потом ехать в переполненной кабине. Это особенно ценно во времена пандемии.

Плюс к тому – у нас нет никаких ночных созвонов и зарубежных заказчиков, потому что мы делаем белорусский продукт для белорусов!

ОСНОВА УСПЕХА КОМПАНИИ – ЛЮДИ! РАБОЧАЯ АТМОСФЕРА, КОТОРОЙ МОЖНО ГОРДИТЬСЯ!

Ежегодные потери работодателей от больничных, снижения производительности, текучести персонала и других последствий выгорания в сумму от 1501 до 3002 млрд \$.

По данным Gallup 2019:

- 28 % штатных сотрудников чувствуют себя измотанными на работе часто или постоянно;
- 48 % иногда подвержены выгоранию.

Проблема эмоционального (профессионального) выгорания затрагивает все сферы.

Именно поэтому мы разработали уникальную программу, которая сможет помочь сплотить коллектив на основе главных ценностей компании и, тем самым, противодействовать эмоциональному (профессиональному) выгоранию сотрудников компании.

Как все начиналось? Зачем? Каких результатов планируем достичь? Узнаем из первых уст.



Кто мы?

Наш медицинский центр был основан в 1993 году. Бессменный с тех пор собственник и главный идейный вдохновитель компании – Ирина Ивановна Борисевич. Мы помогаем людям стать лучше, ведь когда мы помогаем другим на их пути, мы помогаем и себе. Что может быть лучше?

Как все начиналось?

В середине 2021 года, проводя очередные опросы среди сотрудников и общаясь с коллегами на отвлеченные темы, мы начали замечать некую общую неудовлетворенность среди них.

Собрав рабочую группу из сотрудников разных подразделений, мы определили болевые точки и следующим шагом был разбор каждой ситуации по отдельности. Так родилась наша рабочая группа по профилактике эмоционального выгорания.

Мы компания, которая ценит своих сотрудников, и мы искренне верим, что главный ресурс компании – это люди. В наше непростое время очень важно держаться вместе, поддерживая друг друга, словом, делом, а также создавая и открывая новые возможности для каждого.

Таким образом целью нашего проекта было:

- Изучить феномен эмоционального выгорания работников помогающих профессий;
- Внедрить в медицинском центре комплекс мероприятий (структур), направленных на профилактику эмоционального (профессионального) выгорания сотрудников в соответствии с основными направлениями устойчивого развития Республики Беларусь.

Вся работа была разделена на этапы:

Этап 1. Организационный. Формирование будущей системы.

Здесь стояли следующие задачи: ознакомление с феноменом эмоционального выгорания, Изучение вопроса эмоционального выгорания среди членов коллектива медицинского центра Парацельс (подготовка и запуск опросников, их скрининг).

Этап 2. Разработка идей по структуре комплекса мероприятий по профилактике эмоционального выгорания (начиная со встреч 1:1 до внутреннего психолога).

Этап 3. План реализации комплекса мероприятий по профилактике эмоционального выгорания.

Мы сейчас на этапе внедрения нашего комплекса мероприятий в жизнь. В ближайшее время будем проводить обучение сотрудников медицинского центра Парацельс профилактике эмоционального выгорания.

В основу нашего проекта заложена миссия и ценности медицинского центра Парацельс, его Цели в области устойчивого развития. Исторически сложилось, что наш медицинский центр начинался с ряда основополагающих ценностей и принципов, которые по сей день актуальны для каждого сотрудника и позволяют формировать лицо компании на внешнем рынке и дружественную плодотворную атмосферу внутри!

Наш проект «Профилактика эмоционального (профессионального) выгорания» использует особенности гендерного подхода. Проект профилактики разработан в соответствии с целями устойчивого развития:

- Обеспечение здорового образа жизни и содействие благополучию для всех в любом возрасте;

- Обеспечение всеохватного и справедливого качественного образования и поощрение возможности обучения на протяжении всей жизни для всех;

- Обеспечение гендерного равенства и расширение прав и возможностей для всех;

- Обеспечение достойной работы и экономического роста;

- Обеспечение открытости, безопасности, жизнестойкости и устойчивости городов и населенных пунктов;

- Укрепление средств достижения устойчивого развития и активизация работы механизмов глобального партнерства в интересах устойчивого развития.

Каких результатов ждем?

По задумке, наш проект должен помочь нашим сотрудникам:

- иметь активную жизненную позицию и не бояться проявлять себя, говорить о своих потребностях открыто, придать сил и энергии и повысить внутреннюю мотивацию.

- мы поможем им изучить факторы риска эмоционального (профессионального) выгорания, для чего разработали эксклюзивный комплекс мероприятий для смены однообразной, и монотонной деятельности.

- индивидуальный подход для сотрудников по интересующим мероприятиям с учетом графика работы.

- повышение уровня эрудиции, развитие ораторских навыков, повышение уровня профессионализма, общение с коллегами, а также рефлексия участников своей профессиональной деятельности, поддержка друг друга, рассказывая о своем индивидуальном опыте, расширение своих знаний по специальности и повышение компетентности.

- обеспечение успешной групповой коммуникации, создание среды, в которой поощряется участвовать в работе, понимать точку зрения окружающих и разделять ответственность.

- возможность сотрудника ощущать контроль рабочей ситуации, возможность влиять на принятие важных решений.

КАК JOHN DORY ПОМОГАЕТ НАЙТИ СЕБЯ, ПРЕДЛАГАЯ РАБОТУ ФИШМОНГЕРА



Ближе к окончанию школы мы принимаем решение, куда пойти учиться и кем стать. Получаем специальность, трудимся, однако часто разочаровываемся в своем выборе и решаем сменить профессию. Если с вами именно это и произошло, то компания Джон Дори предлагает рассмотреть новую позицию на рынке труда в Беларуси – давайте познакомимся с Фишмонгерами!

Кто такой Фишмонгер?

В общемировом понимании Фишмонгер (в переводе с английского) – торговец рыбой. Профессия насчитывает многовековую историю, в которой торговцы посвящают этому ремеслу всю свою жизнь и передают из поколения в поколение тонкости профессии.

Фишмонгер в профессиональном понимании – это симбиоз нескольких профессий, таких как:

- управляющий магазином;
- продавец – консультант;
- кассир;
- делопроизводитель;
- раздельщик.

Фишмонгер в понимании первого лица – это:

- тот, кто знает, ценит и уважает свой продукт;
- тот, кто не предаст своего покупателя;
- тот, к кому хочется возвращаться;
- тот, кто помнит что вам нравится;
- тот, кто ценит ваше время.

Каждый Фишмонгер Джон Дори придерживается следующих принципов:

- продавать только самую свежую рыбу;

- быть честным с собой и окружающими;
- уважать другого;
- стараться каждую секунду.

Как можно приобрести необходимые навыки?

Все начинается со стажировки, которая длится два месяца. За это время будущему торговцу рыбой необходимо изучить большой пласт информации и получить практические навыки, чтобы пройти аттестацию и стать полноценным Фишмонгером.

Что ждет Фишмонгера в будущем?

Здесь начинается увлекательный путь – горизонтальное движение по карьерной лестнице. После стажировки начинающий Фишмонгер оттачивает свои навыки в магазинах меньшей интенсивности. Спустя пару месяцев благодаря наставничеству и постоянной обратной связи территориального управляющего сотрудник продолжает движение в торговые объекты с большей загруженностью. Таким образом, через 6-8 месяцев после стажировки появляется возможность попасть в команду одного из лучших магазинов, в котором дальнейшим развитием будет обучение на Шеф-Фишмонгера (управляющего магазином) и шанс стать Территориальным управляющим.

В случае открытия вакансии в отделе розничной торговли, в первую очередь компания рассматривает кандидатов среди Фишмонгеров.

Карьерная лестница выглядит так: стажер - Фишмонгер - Фишмонгер-универсал - Шеф-Фишмонгер - Территориальный управляющий.

Далее сотрудник может попасть в любой отдел компании, согласно своим талантам.

Джон Дори гордится, что 80% состава отдела розничной торговли и 3 руководителя других подразделений компании составляют Фишмонгеры.

Кто может стать Фишмонгером?

Любой претендент, который обладает следующими качествами:

- аккуратность;
- коммуникабельность;
- выносливость;
- опыт работы с документами.

Также в компании есть опыт переквалификации водителей, риэлторов, специалистов по продажам, поваров, предпринимателей.

Как можно стать Фишмонгером в Беларуси?

Отправьте свое резюме в компанию Джон Дори, которая является одним из лидеров рынка Беларуси по поставкам охлажденной рыбы, морепродуктов и морских деликатесов с 2013 года. Джон Дори специализируется на высококачественной продукции от проверенных поставщиков из Норвегии, Франции, Нидерландов, Шри-Ланки, Кипра и других стран мира. Ассортимент насчитывает более трехсот позиций: от норвежского лосося до французских живых устриц и аляскинской кетовой икры.



ОНЛАЙН-МАГАЗИН КОРПОРАТИВНОГО МЕРЧА ПАРИМАТЧ



Узнайте, как магазин корпоративного мерча способствует саморазвитию, мотивирует на участие во внутренних проектах, а также помогает интегрироваться в корпоративную жизнь на все 100. Кейс «Париматч».

Команда Париматч Беларусь — это не только высококлассные профессионалы, которые работают над созданием сложного технологичного продукта, но и близкие по взглядам и ценностям люди. Париматч Беларусь — это особая атмосфера: динамичная, открытая, доверительная. Мы не только коллеги, но и друзья. Мы всегда находим поводы порадовать друг друга, помогаем, делимся переживаниями или счастливыми моментами, часто проводим вместе время и тем самым узнаем ближе друг друга. Вот это и есть настоящая семья. И мы этим гордимся.

В семье важно создавать настроение и дарить положительные эмоции, удивлять и делать сюрпризы. Одним из проектов, который помогает в этом, является наш **онлайн-магазин корпоративного мерча Париматч**, где в качестве валюты используются баллы. Любой сотрудник компании может легко «заработать» их, участвуя в волонтерских проектах, проведя полезный обучающий семинар для коллег или предложив инициативу, которая будет интересна компании.

Почему мерч Париматч действительно востребован и актуален? Потому что Париматч Беларусь — это сильный и яркий бренд, а сотрудник компании — главный амбассадор бренда и наша самая большая ценность. Эту мысль и призван «транслировать» онлайн-магазин корпоративного мерча.

Почему, на твой взгляд, мерч отличным образом «интегрирует» сотрудника в корпоративную жизнь?

Мерч — это визуальное подтверждение того, что сотрудник — часть компании. Когда ты сам носишь мерч и видишь вокруг себя множество людей тоже в «бренде», то ощущаешь себя частью чего-то большого и значимого. Сейчас наш офис растёт по количеству людей, да и часть сотрудников уходят/приходят с «удалёнки», поэтому не всегда всех узнаешь в лицо, но по ярко-жёлтым ромбам на чёрном фоне легко определить своих коллег. В общем, часть команды — часть корабля. С помощью мерча компания может мотивировать сотрудников на корпоративные активности, создавая чувство причастности к общему делу. Ну а члены команды, которые носят мерч, тем самым демонстрируют, что они уважают и разделяют культуру и ценности компании, в которой работают.

Дарья Зеленкевич, инженер-программист

Что собой представляет технически онлайн-магазин корпоративного мерча?

Онлайн-магазин корпоративного мерча — это брендированный лендинг с доступами через корпоративные аккаунты. Приглашение приходит тебе в первый рабочий день на корпоративную почту. На лендинге есть инструкция, перечислены активности, за которые начисляются баллы, и эквивалент их стоимости, указан баланс баллов, ссылка на каталог с товарами, форма заявки на начисление баллов (менеджерские баллы или активности, которые не могут быть подконтрольны отделу по работе с персоналом), форма предзаказа мерча, форма обратной связи. Сайт выполнен в корпоративном стиле, интуитивно понятный и простой для любого пользователя.

Как же стать обладателем заветного мерча, спросишь ты?

Как только ты стал сотрудником нашей компании, сразу же получаешь свои первые 5 приветственных баллов. Также мы просим тебя снять небольшой ролик-визитку о себе для знакомства с командой — и еще 15 баллов у тебя в кармане. А далее ты подписываешься на все корпоративные соц.сети, делаешь репосты вакансий, тем самым пополняя свою копилку еще на 5 баллов. За первый день ты можешь заработать 20 баллов и купить, например, бейсболку, термокружку или зонт. Способов заработать баллы огромное количество, в том числе ты можешь предложить активность, идею или проект, которые будут полезными и необходимыми для компании. И баллы твои.

Могу обменять баллы на подарок коллеге?

В большой компании всегда есть много поводов для подарков: закрыли сложный проект, у кого-то годовщина работы в компании, День рождения или просто захотелось порадовать коллегу. Ты можешь не ломать голову, что подарить. Заходи в магазин мерча и выбирай подходящий вариант. А если ты не знаешь, что именно выбрать, с этим также не будет проблем — в магазине можно купить сертификат на определенное количество баллов. Кстати, на него можно «скинуться» баллами вместе с коллегами.

А на что интересное можно обменять баллы?

В магазине мерча можно найти очень необычные товары, например, есть гипсовая голова Конора МакГрегора (*Конор МакГрегор — амбассадор компании Париматч). Мы были уверены, что она не будет пользоваться популярностью, согласитесь, очень своеобразный «сувенир». Но, ко всеобщему удивлению, ровно за 1 один день (с момента появления в магазине) голову сразу забрали. Более того, такая ситуация была дважды.

Также из необычного мерча — это рамки для автомобильных номеров, которые мы заказали ко дню автомобилиста.

Иногда сотрудники предлагают закупку очень нестандартного мерча, и порой возникает сложность с тем, как найти подрядчика и наладить поставки небольших объемов. Например, маленькие женские сумки, шнурки, увлажнители воздуха — в общем все, что может пригодиться в хозяйстве :)

К слову, у сотрудников компании есть и любимые позиции, которые всегда расходятся за один день, например рюкзаки, определенные модели брендированных футболок и худи.

Какой товар ты хотела бы приобрести, возможно, купишь на что-то?

Давно смотрю на худи и лонгслив, даже баллов много накопилось, но они пока только в больших размерах, жду, когда появится мой. Я обожаю наш мерч и с первого дня в Париматч хантила баллы, чтобы приобрести что-нибудь.

Ирина Скурко, Специалист аналитического отдела

А мерча в магазине всегда хватает?

Магазин мерча ежемесячно пополняется, вводятся новые позиции, исходя из запроса наших ребят. Сейчас в магазине более 47 видов товаров.

Однажды у нас все-таки случился инцидент: после ключевого летнего сплава на байдарках резко возросло количество ребят, заработавших баллы за участие в корпоративных активностях, и мы столкнулись с небывалым наплывом заказов. Товары очень быстро уходили, и почти за неделю магазин опустел. Конечно, ассортимент быстро был восполнен, но опыт нас научил готовиться к такого рода ажиотажу.

В чем, по-твоему, важность подобных проектов на уровне компании?

Важность на уровне компании очевидна: это мотивирует сотрудников участвовать в необязательных для него активностях. Выступлениях, воркшопах, презентациях, что позволяет прокачивать скиллы. Также мотивирует проявлять инициативу, предлагать и реализовывать свои проекты, имеющие значение для компании.

Игорь Слипень, Руководитель отдела по управлению и развитию продукта

Благодаря онлайн-магазину корпоративного мерча, легко стать ярким и притягивать взгляды окружающих. Работая в Париматч Беларусь, ты сможешь стать обладателем не только крутого и уникального мерча, но и реализовать свои идеи, развиваться личностно и профессионально, ощущая поддержку коллег. И с первого дня точно найдешь схожих по взглядам людей. Если мы тебе близки по духу, то ждем в нашей команде.

Перевод иностранных слов, используемых в тексте: Shop — магазин; About — о/об; New — новый; Camp — лагерь; Team — команда; To win — побеждать.

КАК В «МАНАО» ПОСТРОИЛИ СИСТЕМУ ПО ОБУЧЕНИЮ НАЧИНАЮЩИХ PHP-ПРОГРАММИСТОВ

Многочисленные опросы Исследовательского центра rabota.by показали, что возможность профессионального роста всегда входит в топ-5 критериев выбора работодателя. Для соискателей крайне важно расширять свои знания внутри компании. Четко понимая это, в 2017-м году в «Манао» запустили программу стажировки с обучением и аттестацией. Совместно с генеральным директором аутсорс-продакшена, Дмитрием Гринкевичем, рассказываем, чего команде удалось достичь за этот период, и как в компании сформировалась целая экосистема по развитию PHP-программистов.

Наша компания оказывает услуги аутсорсинга и аутстаффинга по веб-разработке. Это значит, что мы помогаем компаниям с созданием сайтов и технической доработкой корпоративных порталов на 1С-Битрикс. И PHP-программисты занимают важное место в этом процессе, поэтому мы выделяем достаточно ресурсов на их профессиональное развитие.

За 4 года программу стажировки прошли более 100 кандидатов.

Итак, что именно входит в ее состав:

- Наставничество. С уверенностью можно сказать, что это самая ценная часть системы обучения. Стажеры получают в наставники одного из тимлидов, который сопровождает их профессиональный рост: разбирает вопросы, корректирует ошибки, задает вектор развития.
- Структурированная теория. Мы сформировали теоретическую программу, включив в нее уже существующие известные курсы, а также дополнительные материалы, раскрывающие ту или иную тему (например, объектно-ориентированное программирование).
- Тестовые задачи. После прохождения каждого этапа обучения стажер отрабатывает полученные знания на специальных тестовых задачах. Пока это еще не реальная практика, а всего лишь проверка усвоения материала (мы не рискуем качеством реализации клиентских проектов, если не уверены в уровне подготовки стажера на 100%).
- Комьюнити. У нас не приветствуется поведение, когда стажер постоянно мучает всю команду вопросами. Для этого у него существует свой наставник. Но это не отменяет того, что начинающий программист с первых дней стажировки ощущает себя в коллективе единомышленников. Он слышит, как коллеги

обсуждают между собой проекты, как используют еще незнакомые термины и т. д. — все это мотивирует и помогает быстрее приобщиться к командному духу и профессии в целом.

- Плавный ввод в практику. После прохождения стажировки проявившие себя с положительной стороны кандидаты становятся полноправными участниками команды. Теперь они участвуют в настоящих проектах для реального бизнеса.

Наш самый главный принцип — ориентация на профессиональный рост стажеров. Мы не являемся конвейерной школой, которая стремится собрать оплаты со студентов и как можно скорее выпустить их, чтобы приступить к следующему потоку учеников.

В «Манао» все происходит иначе. Если стажер проходит обучение «для галочки» без фактического развития навыков, то компания просто теряет свои ресурсы, вкладывая в кандидата без отдачи. Наша же цель — сделать так, чтобы каждый стажер, прошедший нашу программу, стал, пусть и начинающим, но все же настоящим программистом, который готов к реализации задач.

Также мы с самого начала возвращаем в стажерах дух ответственности, самостоятельности и систематизированности (последнее — это основа нашего позиционирования). Для этого мы организовываем их работу в корпоративном портале, просим придумывать свои решения, задавая вопрос: «Как бы ты поступил/-а в данной ситуации?».

И, разумеется, прививаем любовь к правильным стандартам веб-разработки:

- Приучаем работать с системой контроля версий.
- Объясняем важность безопасности веб-сайтов.
- Обучаем тому, как формулировать вопросы правильно, и как на часть из них искать ответы самостоятельно.

Каких результатов мы добились с помощью программы стажировки:

Большая часть текущей команды «Манао» состоит из программистов, которые в свое время также прошли нашу систему обучения. Программа показала себя настолько эффективной, что длительное время в нашем штате даже не было HR-менеджера: задачи, связанные с расширением команды, в основном решались именно благодаря стажировке.

НАМ НУЖНО – ЛУЧШЕ!

Это история о том, как в одной международной компании Armytek (ООО «БрайтПро») небольшой HR-отдел организывает, продумывает, создаёт и объединяет. На своём пути команда постоянно учится, ориентируется на лучшие практики и всегда помнит о главном: стремлении становиться лучше. Как они это делают – рассказываем далее.

Наша компания занимается производством и продажей высокотехнологичных осветительных устройств премиум класса на международном рынке. Сложно? Конечно. Интересно? Безусловно! И как перед любой инновационной командой перед нами стоят следующие задачи:

- постоянно развивать свои софт и хард скилы
- дружить, общаться, обмениваться полезной информацией внутри компании
- поощрять созидательный и соревновательный дух внутри команды
- поддерживать свою хорошую физическую форму

Мы верим, что, преуспевая в этих направлениях, продолжим оставаться одними из лидеров в своей сфере. Однако верить – это, конечно, здорово. А вот как именно достичь нужной атмосферы в коллективе? Мы задумались...

Ведь если объективно посмотреть, работа с персоналом была построена в компании хорошо. Новые сотрудники проходили обязательное бесплатное обучение по стандартам компании, получали ценные подарки после испытательного срока и на Дни рождения, имели полностью оплачиваемый больничный. Двери HR-директора всегда открыты для сотрудников и их инициатив... Всё это – хорошо. А нам нужно – лучше!

Поэтому мы решили разработать программу, которая позволила бы опробовать самые смелые идеи.

Кафетерий бонусов

Во-первых, мы предложили сотрудникам так называемый «Кафетерий бонусов». Суть его заключается в том, что компания выделяет каждому сотруднику энную сумму в месяц, которую он может потратить на своё развитие: физическую форму, обучение английскому языку или профессиональные курсы. В целом, мы получили более 80% вовлечённости персонала в эту программу.

Следующим шагом была организация курсов английского языка на базе офиса. Мы пригласили специалистов одной из языковых школ и протестировали сотрудников. В итоге получили 5 групп учащихся с разным уровнем английского, но одинаково горящими глазами. Ну разве это не бальзам на душу HR-специалистов? Сейчас у нас около 35% сотрудников повышают свой скилл в английском. Компания, кроме предоставления условий для обучения, также компенсирует его стоимость (полностью либо частично).

Пока наш максимум – 32 одновременных подключений online. Кроме информационного и развлекательного контента, мы добавили в эфир радио выдержки из нашей корпоративной культуры. Простые, понятные тезисы и ценности, которым стремимся следовать: «Мы принимаем решения в интересах Armytek», «Мы находим время, чтобы помочь коллегам» и другие.

Гибридный график работы

Пандемия внесла свои коррективы в нашу жизнь. И глупо было бы предполагать, что старые методы будут работать и сегодня. Поэтому мы быстро адаптировались к меняющейся ситуации. Сейчас наши сотрудники могут одинаково эффективно работать как в офисе, так и онлайн. Как у нас это получилось? Немного технологий CRM, немного авторитета топ-менеджмента. И большая готовность сотрудников меняться и работать именно здесь, в нашей команде.

Вместо эпилога...

Конечно, это далеко не всё, что мы успели сделать и что ещё планируем внедрить. Какие-то проекты мы развиваем, от чего-то отказываемся. Ведь дружный коллектив профессионалов – это постоянные изменения, обучение и стремление становиться лучше.

КАК МЫ СОЗДАЛИ ЦЕННОСТИ КОМПАНИИ И ЧЕРЕЗ «КАРМАБОТ» ВНЕДРЯЕМ ИХ В КОРПОРАТИВНУЮ КУЛЬТУРУ

Пока в мире идут споры, одержат ли роботы верх над человечеством, компания Teamedia (ООО "Тимедиа") начала использовать ботов на пользу бизнеса и команды. Именно здесь внедрили бота, который помог сплотить коллектив на основе главных ценностей компании. Зачем? Как им это удалось? Какие результаты достигнуты? Узнаем из первых уст.



Меня зовут Виктория, я HR компании Teamedia. Мы занимаемся контекстной рекламой (PPC) через платформы Google, Facebook, LinkedIn, Bing и другие. Рынок труда постоянно меняется: с каждым годом становится все сложнее найти хороших специалистов, тем более в сфере интернет-маркетинга. Teamedia ценит своих сотрудников, мы верим, что главный ресурс компании – это люди.

В начале 2021 года мы вместе с руководителем компании придумали проект, целью которого стало объединение сотрудников. Ведь в непростые времена важно держаться вместе, создавая и открывая новые возможности для каждого. По задумке, наш новый проект должен был придать энергии и повысить внутреннюю мотивацию сотрудников.

В чем суть проекта?

Приходя к нам в компанию, новички часто отмечают, что у нас есть что-то особенное. Вроде все улавливают эти особенности компании, ведь тоже это чувствуют, но мы никогда их не выделяли. Так мы решили определить, что же нас объединяет, и закрепить это в наши ценности.

Мы использовали один из внутренних инструментов повышения мотивации – чувство принадлежности к общему делу через определение наших ценностей. Ведь наша компания – это частичка каждого из нас.

В проекте был задействован весь коллектив. В начале ребята отнеслись к этому с настороженностью, но мы организовали звонок, на котором рассказали об идее проекта, ответили на вопросы. Я до сих пор очень благодарна нашим ребятам за доверие к проекту и риск, ведь людей всегда пугает неизвестность.

Мы разделились на малые группы по 4 человека. Каждый из нас написал свои ценности, которые ближе всего по духу. Потом ребята обсуждали написанное и выбирали ценности своей группы, которые их объединяют. Так, просуммировав ценности групп, мы выбрали ценности нашей компании.

Наши ценности:

- Качественное выполнение работы
- Ответственность
- Непрерывное развитие
- Честность
- Командная работа
- Увлеченность
- FUN

Работа над созданием ценностей компании стоила того! Мы поняли, что все мы разные, но нас объединяет любовь к своему делу и те 7 пунктов, которые мы смогли выделить, проанализировав нашу работу и внутренние процессы.

За ценность – плюс в «Карму»!

Однако одного создания ценностей мало. Повесить их на видное место в офисе тоже. Ценности постоянно должны фигурировать в компании, пролекая «невидимой нитью» через все рабочие процессы. Ценности важно подкреплять позитивными эмоциями. Так и родилась еще одна идея: загрузить ценности в «Карму» и писать ребятам благодарности через нее.

Карма – это бот для корпоративного мессенджера Slack, с помощью которого можно отмечать достижения, поощрять успехи, благодарить коллег.

Теперь каждый член команды может написать слова благодарности через Кармабот, указав, какую ценность отражает достижение коллеги. Например, «@Olga, спасибо тебе за помощь на звонке с клиентом (Ценность – Командная работа)». Это сообщение отобразится в общем чате, в котором каждый будет видеть успех сотрудника. В этот момент сам сотрудник чувствует признание своей работы, важность того, что он делает, и как это отображает корпоративную ценность.

На ежемесячном дайджест-созвоне мы отмечаем лидеров наших ценностей. А в конце каждого квартала конвертируем количество полученной «Кармы» в денежный эквивалент. Поэтому, теперь это не только отзывы и благодарности коллег, но и денежное вознаграждение! Ребятам приятно получать признание и дополнительные бонусы за следование ценностям.

Проект работает и сейчас, продолжает внедрять наши ценности в корпоративную культуру, объединять коллектив, повышать мотивацию, и просто радовать коллег.