



People Innovation²⁰²²

Najlepsze projekty wdrażające zmiany
w obszarze HR w Polsce

E-book

Organizator:



Spis treści

Innowacje przyświecają naszej inicjatywie od samego początku Artur Dzięgielewski, Head of HR & Accounting w SmartLunch	4
Elastyczność i innowacje odpowiedzią na wszechobecne zmiany Mateusz Tałpasz, CEO SmartLunch	7
Organizator II edycji konkursu i konferencji People Innovation SmartLunch	10
RozWojownik CA Ewa Walicka-Włodarczyk, Credit Agricole Bank Polska SA	11
ELP Coins - wirtualna waluta dla pracowników Anna Elwart, El Passion Sp. z o.o.	15
LEVELS — System do autoregulacji wynagrodzeń w środowisku merytokratycznym Jakub Krystkowiak, MTA Digital Sp. z o.o.	19
Zdrowe Prawa Pracownika w Biurze Rzecznika Praw Pacjenta Monika Malinowska, Biuro Rzecznika Praw Pacjenta	23
Żłobek i Przedszkole Ekolucky Klaudia Oświęcimska, Ekoenergetyka - Polska SA	27
BeeOfTheMonth Artem Sokhin i Magdalena Walczyk, A4BEE Sp. z o.o.	30
Zmień na Plus Agnieszka Nowak, Leroy Merlin Polska Sp. z o.o.	34
Smart Working Policy Łukasz Szymbula, Tradedoubler Polska Sp. z o.o.	37
Program #Returnship Magdalena Półtorak, AstraZeneca Pharma Poland Sp. z o.o.	41
Zespoły Partnerskie Izabela Pawlak, Bluerank Sp. z o.o.	44

#jakmiło - Docień kogoś dzisiaj	47
Iza Klat, Prowly.com Sp. z o.o.	
Gra onboardingowa	51
Kamila Fałtynowicz, Aspire Systems Sp. z o.o.	
CzekoSprawni	55
Ewa Cyzio, LOTTE Wedel Sp. z o.o.	
Kultura organizacyjna oparta na wartościach	59
Ewelina Dądela-Pietrzak, Zakład Produkcji Spożywczej Jamar Szczepaniak sp.j.	
Integracja 2.0 czyli onboarding skierowany na człowieka	62
Martyna Sałek, Agnieszka Pluta, Mateusz Parzybót, Auchan Polska Sp. z o.o.	
Best in MS, Konkurs wspierający budowanie kultury feedback&recognitio	66
Katarzyna Oleś, MS Services Sp. z o.o.	
IT MUM	69
Monika Kiliańska, Fabian Pietras, Antal Sp. z o.o.	
Profile Exchange	73
Izabela Galus, Sandra Majewska, Avinga IT Professionals Sp. z o.o.	
Rozwijaj się na ul. Rozwojowej!	77
Małgorzata Bieniaszewska, MB Pneumatyka Sp. z o.o.	
Innowacje wspierają HR	82
Bartosz Juruć, HRLink i Goldenline	
Skąd biorą się innowacje w firmach?	83
Magda Pietkiewicz, Enpulse	
Tworząc własne produkty, rozwijamy społeczność technologiczną	85
Katarzyna Pachocka-Nowok, RST Software Masters	
Wspomnienia Konferencji People Innovation 2022	87
Podziękowania	89
Zaproszenie do III edycji People Innovation	90
Partnerzy II edycji People Innovation	91

Innowacje przyświecają naszej inicjatywie od samego początku

Gdy dziś wspominam pierwszą edycję konkursu People Innovation to mam wrażenie, że to było wczoraj, a jednak minął już rok od gali finałowej. Pierwsza konferencja odbyła się w formie online. Mimo tego, że w studio oprócz ekipy SmartLunch oraz Aliny Michałek z HR Link/GoldenLine pojawiły się tylko dwie goście – przedstawicielki kapituły konkursowej: Magda Pietkiewicz i Magdalena Czubaszek-Nowaczyk to nastroje i emocje były nie do opisania. Zebraliśmy wiele pozytywnych opinii, co wzbudziło nasz apetyt na zorganizowanie kolejnej edycji w nieco innej formule.

Już na początku stycznia 2022 roku wiedzieliśmy, że podczas drugiej gali finałowej spotkamy się w formule hybrydowej: stacjonarnie dla kapituły konkursowej oraz finalistów konkursu i gości-prelegentów oraz online dla odbiorców-słuchaczy wydarzenia. Była to innowacja w porównaniu z pierwszą edycją. A jako że innowacje przyświecają całej inicjatywie od samego początku, to postanowiliśmy, iż w drugiej edycji będzie ich znacznie więcej.

Oprócz prelekcji gości oraz finalistów konkursu People Innovation, podczas konferencji miały miejsce warsztaty kulinarne, w trakcie których Adrian Stojewski zademonstrował, jak przygotować hiszpańskie churrosy z czekoladą. To była prawdziwa uczta dla podniebienia.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się także filmy prezentujące działania naszych partnerów, które uczestnicy wydarzenia mogli oglądać w trakcie przerw.

Nie zabrakło ciekawych rozmów i wywiadów z członkami kapituły konkursowej, czyli: Magdą Pietkiewicz oraz Wojciechem Wereszką, Mateuszem Tałpaszem, CEO SmartLunch oraz Zofią Matejewską z Fundacji TVN. Skoro już wymieniłem Fundację TVN, to muszę podkreślić, że najważniejszą zmianą, która miała miejsce w drugiej edycji, jest przekazanie całości dochodu ze sprzedaży biletów na cel charytatywny Fundacji TVN, czyli budowę Centrum Psychiatrii dla Dzieci i Młodzieży. Jestem niezmiernie dumny, że People Innovation dołożyło swoją cegiełkę do budowy Centrum.

Spotkanie na żywo przyniosło za sobą mnóstwo pozytywnych emocji i dało możliwość przeprowadzenia szeregu rozmów w kuluarach oraz nawiązania nowych,

wartościowych relacji. Choć z opinii internautów, którzy uczestniczyli w konferencji online, wiem, że również ich odbiór był bardzo pozytywny. Wyniki ankiety przeprowadzonej przez nas po wydarzeniu pokazały, że aż 90 proc. respondentów rozważa wzięcie udziału w III edycji People Innovation w formie zgłoszenia projektu, uczestnictwa w konferencji lub współpracy partnerskiej. Na tę wysoką ocenę z pewnością miały wpływ merytoryczne prelekcje finalistów, wystąpienia zaproszonych gości oraz pozytywna atmosfera, którą starałem się podtrzymywać razem z Anną Władyczuk, współprowadzącą finałową galę.

Druga edycja pokazała, jak wiele dobrych praktyk jest wdrażanych w organizacjach funkcjonujących na polskim rynku. Gdyby nie konkurs People Innovation, znaczna ich część nie miałaby możliwości zaprezentowania się poza murami firm, w których były realizowane. Tym bardziej cieszy mnie fakt, że pod obrady jury trafiło aż 90 wyjątkowych projektów. To była niezwykle ciekawa lektura, a jednocześnie twardy orzech do zgryzienia dla kapituły konkursu. Top 10 projektów wyróżnionych i nagrodzonych w drugiej edycji konkursu zostało zaprezentowanych podczas finałowej gali, w której wzięło udział ponad 230 gości. W niniejszym e-booku prezentujemy najlepsze projekty, które zostały zakwalifikowane do półfinału.

Czy spotkamy się w 2023 roku? Miło mi poinformować, że razem z głównym organizatorem II edycji plebiscytu, czyli firmą SmartLunch, podjęliśmy decyzję o organizacji III edycji People Innovation. Jako pomysłodawca i organizator marzę o możliwości organizacji spotkania w trybie stacjonarnym. Czy się uda? Czas pokaże, ale marzenia są po to, aby je spełniać. Zatem trzymajcie kciuki, byśmy w 2023 roku spotkali się na żywo.

W moim wstępie nie może obyć się bez podziękowań, które kieruję przede wszystkim do Mateusza Tałpasa, CEO SmartLunch, dzięki któremu nadal możemy propagować dobre praktyki w obszarze kapitału ludzkiego realizowane w firmach na rodzimym rynku. Pragnę podziękować także całej ekipie SmartLunch, która była zaangażowana w organizację wydarzenia, a przede wszystkim: Zuzannie Chabierskiej, Dagmarze Dolacie, Patrycji Wawrzyniak, Agnieszce Dybowskiej, Aleksandrze Partyce oraz Marcie Kilan. Słowa podziękowania składam także członkom kapituły konkursowej, wszystkim partnerom, prelegentom, fundatorom nagród, patronom medialnym, którzy wsparli nas przy organizacji wydarzenia. Natomiast gratulacje przekazuje wszystkim tym, którzy zdecydowali się wystartować w konkursie, bez względu na to czy znaleźli się w finałowej dziesiątce, czy nie.

Dziś oddaję w Twoje ręce e-book podsumowujący II edycję konkursu People Innovation. Znajdziesz w nim między innymi opisy najlepszych projektów będących dobrymi praktykami w obszarze kapitału ludzkiego. Wszystkie te projekty zostały zgłoszone do konkursu. Liczę, że przedstawiona w tej publikacji wiedza zainspiruje Cię do wprowadzenia pozytywnych zmian w organizacji, w której pracujesz, a może do zgłoszenia projektu do III edycji. Do zobaczenia za rok!



Artur Dzięgielewski

Head of HR & Accounting w SmartLunch



Ekspert ds. HR, autor treści o tematyce HR. Do kluczowych obszarów HR, w których działa należą: rekrutacje, współpraca z managerami – rekomendowanie odpowiednich działań w zakresie zarządzania zespołem, prowadzenie szkoleń, wyznaczanie ścieżek rozwoju pracowników, benefity pozapłacowe, employer branding.

Elastyczność i innowacje odpowiedzią na wszechobecne zmiany

Za nami II edycja konkursu People Innovation. Satysfakcjonuje mnie fakt, że po raz kolejny udało nam się przyciągnąć i promować najciekawsze HR-owe projekty dostępne na rynku. Cieszę się, że razem ze SmartLunch od początku wspieram wydarzenie, które propaguje innowacyjność, wartość na stałe wpisaną w DNA naszej firmy.

Chcąc zachować elastyczność w działaniu i wspomnianą innowacyjność w naszym biznesie, postanowiliśmy "zajrzeć w przyszłość". Wspólnie z infuture.institute, liderem w badaniach nad przyszłością, przygotowaliśmy raport „Food. Factories. Fluidity. Żywnienie w fabrykach. Scenariusze przyszłości 2030”. Badacze poruszyli w nim kwestie zmian w fabrykach i przemyśle, a na tle tych zmian przeanalizowali potrzeby pracowników w kontekście jedzenia w pracy.

Dlaczego zdecydowaliśmy się na realizację tego raportu? Jesteśmy przekonani, że analiza globalnych zmian i trendów pozwala przewidzieć konsekwencje, które za sobą przyniosą, a wszystko po to, aby już dziś się na nie przygotować. Podobną ideę można również odnaleźć w konkursie People Innovation, bo przecież innowacyjne projekty to lepsza przyszłość firm i ich pracowników.

Kryzysy zdrowotne, gospodarcze, militarne oraz wszechobecne innowacje wymuszają redefinicję sposobu zarządzania organizacjami, oraz wysoką elastyczność (fluidity). Firmy muszą ukierunkować się na zwinność, budowanie krótszych, zdywersyfikowanych strategii, muszą nauczyć się funkcjonować w czasach niepewności, zmiany i ryzyka.

W najbliższych latach fabryki czeka dalsza transformacja w kierunku Przemysłu 4.0. Zwiększona automatyzacja oraz życie w kulturze nanosekundy wpłyną na sposób pracy, proces rekrutacji, benefity, ale również zmieni się zapotrzebowanie na nowe kompetencje pracowników - na znaczeniu zyska połączenie umiejętności cyfrowych z kompetencją zarządzania zespołem.

Elastyczność może oznaczać tutaj zarówno badanie zmieniających się potrzeb pracowników, redefinicję zastanych procesów, dywersyfikację portfolio, częstą weryfikację długoterminowych strategii celem szybkiego reagowania na zmiany, jak i budowanie krótszych łańcuchów decyzyjnych.

Przemysł 4.0 stawia nowe wymagania kompetencyjne

Przemysł 4.0 zmienia model pracy oraz wzmacnia potrzebę upskillingu i uzupełniania kompetencji. Dane Eurostatu wskazują, że polski przemysł znajduje się w czołówce najszybciej rosnących wśród państw UE. Potrzeby rynku oraz pandemia wymusiły na organizacjach działania dążące do automatyzacji i robotyzacji procesów, co zmienia modele biznesowe, produkty i kompetencje.

Pracownikom i pracodawcom stawiane będą nowe wymagania - opierać się będą na połączeniu wysokich kompetencji cyfrowych (programowania procesów, definiowania procedur i delegowania części pracy maszynom) oraz kompetencji miękkich (zarządzania ludźmi, elastyczności, komunikacji, krytycznego myślenia, empatii czy rozwiązywania złożonych problemów). Nowe modele pracy będą opierać się na współpracy na styku człowiek – maszyna.

Otwórzmy się na różnorodność

Wyzwania demograficzne (młode i stare pokolenia na rynku pracy) i geopolityczne (m.in. migracje) sprawiają, że organizacje muszą się zatroszczyć o różnorodne potrzeby pracowników. Starzenie się społeczeństwa, umocnienie kobiet, migracje i wkraczanie na rynek pracy młodych pokoleń, wymagają budowania strategii zarządzania różnorodnością. To jedno z kluczowych wyzwań w obszarze pracy.

Wraz z wdrażaniem koncepcji Przemysłu 4.0 i odciążeniem pracowników poprzez automatyzację i robotyzację, fabryki staną się miejscami pracy dla dużo szerszej grupy pracowników. Tutaj konieczne jest stałe badanie potrzeb wielu segmentów rotujących pracowników, w tym ich potrzeb żywieniowych. Zarządzający fabrykami muszą podjąć działania w kierunku inkluzywności zróżnicowanej demograficznie grupy pracowników – pod względem ich pochodzenia, wieku, płci i zakresu obowiązków.

Przyda się zarządzanie zwinne, elastyczne

Kryzysy zdrowotne i powracające pandemie wymuszają redefinicję sposobu zarządzania organizacjami oraz wysoką elastyczność i rezyliencję. To, co mogą zrobić organizacje, to ukierunkować się na zarządzanie zwinne, elastyczne, budowanie krótszych, zdywersyfikowanych strategii. Firmy muszą się nauczyć funkcjonować w czasach niepewności i ryzyka.

Gdy analizowałem projekty, które wpłynęły do nas w ramach drugiej edycji People Innovation, byłem już bogatszy o wiedzę ze wspomnianego raportu. Zaprezentowane w zgłoszeniach działania dowodzą, że organizacje mają dużą świadomość zmian i co więcej, potrafią się na nie przygotować. Z mojego punktu widzenia niezwykle ważną kwestią w tegorocznej edycji były programy, w których centrum był człowiek-pracownik. To najlepszy dowód na to, że pracodawcy nie ignorują ich potrzeb i widzą bezpośrednie korelacje między dobrostanem pracowników, a ich efektywnością, innowacyjnością i wpływem na biznes.

Zapraszam do lektury ebooka, w którym znajdziecie Państwo opis 20 wyróżnionych w plebiscycie projektów.



Mateusz Tałpasz

CEO SmartLunch



Współzałożyciel i prezes SmartLunch, który na początku funkcjonowania startupu łączył w swojej pracy szereg ról od współtworzenia MVP produktu, przez finanse, marketing, obsługę klienta, aż na HR i rekrutacjach kończąc. Obecnie odpowiada za plany inwestycyjne i rozwój firmy. Jest absolwentem kierunku zarządzanie w biznesie na Uniwersytecie Ekonomicznym we Wrocławiu. Prywatnie wielki miłośnik sportu - zwłaszcza piłki nożnej.

Pobierz darmowy Raport przygotowany przez SmartLunch i Infuture Institute „Food. Factories. Fluidity. Żywność w fabrykach. Scenariusze przyszłości 2030”



SMARTLUNCH - ORGANIZATOR PEOPLE INNOVATION

SmartLunch to lider w dziedzinie organizacji posiłków dla pracowników z dofinansowaniem pracodawcy. Firma kompleksowo zajmuje się organizacją procesu żywienia pracowników w modelu B2B. Stworzyła aplikację, dzięki której pracownicy mogą każdego dnia zamawiać posiłki, dostarczane prosto do ich miejsca pracy.

To jeden z niewielu benefitów, z którego pracownicy mogą korzystać w miejscu pracy. Świeże i ciepłe posiłki mogą zamawiać za pośrednictwem aplikacji obsługiwanej w komputerze, smartfonie lub autorskim SmartBoksie.

SmartBox to proste w obsłudze i przyjazne dla pracowników urządzenie umożliwiające zamawianie posiłków. Najczęściej montowane jest w bezpośrednim sąsiedztwie ich miejsca pracy. Rewolucyjnym podejściem SmartLunch do organizacji procesu jest także Lunchomat, urządzenie do bezobsługowego wydawania posiłków dla pracowników. Lunchomat składa się z 72 zamykanych szafek, które umożliwiają automatyczne wydawanie posiłków zamówionych za pośrednictwem aplikacji SmartLunch. Stał już w pierwszych firmach i cieszy się dużą popularnością wśród pracowników. Szeroką ofertę SmartLunch uzupełniają także karty LunchCard, które umożliwiają pracownikom mobilnym zjedzenie ciepłego i smacznego posiłku, gdy są poza nią.

Benefit od SmartLunch wspiera pracodawców w dbaniu o dobrostan pracowników, ponieważ firma współpracuje z lokalami gastronomicznymi, oferującymi wysokiej jakości pełnowartościowe dania, które dostarcza na umówioną godzinę. Dzięki temu każdy może jeść smacznie i zdrowo o stałych porach, co wpływa korzystnie na kondycję psychofizyczną i efektywność pracowników. **Obecnie z aplikacji korzysta ponad 86 tys. pracowników z ponad 460 firm.**



RozWojownik CA



Ewa Walicka-Włodarczyk

Credit Agricole Bank Polska SA

Manager Zespołu Trenerów Rozwoju Kompetencji LCH/SME/AGRO Banku Credit Agricole

Certyfikowana trenerka szkoły Moderator. Absolwentka studiów podyplomowych w zakresie zarządzania kompetencjami. Certyfikowana promotorka Modelu Kirkpatricka. Zainteresowania zawodowe: zwinne metodologie zarządzania, mity w psychologii popularnej funkcjonujące w biznesie i zmiana nawyków.

O FIRMIE CREDIT AGRICOLE:

Credit Agricole Bank Polska SA to bank uniwersalny, od ponad 20 lat działający na polskim rynku. Jest częścią Grupy Crédit Agricole, znajdującej się wśród 10 największych banków na świecie, działa w 48 krajach, obsługuje ponad 52 milionów klientów.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Program został przeznaczony dla wybranych pracowników sprzedaży wyróżniających się potencjałem w obszarze zarządzania (zespołem, sprzedażą, projektem) i pracujących w sprzedaży minimum trzy lata.

Celem projektu było przygotowanie uczestników do roli sukcesorów w obszarze zarządzania poprzez:

- rozwój kompetencji managerskich,
- dostarczenie wiedzy o narzędziach wspierających pracę managera,
- stworzenie warunków do adaptacji nabytych umiejętności w codziennej pracy,
- poszerzenie perspektywy biznesowej,
- zagwarantowanie przestrzeni do wymiany doświadczeń z różnymi managerami,
- wielokierunkowy feedback w odniesieniu do podejmowanych aktywności managerskich,
- ugruntowanie postawy zaangażowania i odpowiedzialności,
- stworzenie wspólnoty liderów opinii,
- budowanie poczucia wpływu na biznes,
- inspirację do dalszego rozwoju.



PRZEBIEG PROJEKTU:

- Pierwszym krokiem w projekcie była analiza i diagnoza potrzeb rozwojowych w organizacji.
- Następnie ustalenie celów, założeń i mierników programu oraz procesu rekrutacji i rekrutacja uczestników.
- Po inauguracji projektu zrealizowano sześć bloków, warsztaty i sesje grupowe. Zadania biznesowe wpisywały się w tematykę danego bloku i bieżące priorytety biznesowe. Realizowano je w rzeczywistym środowisku, a zadania warsztatowe pomiędzy warsztatami grupowymi. Odbyły się także konsultacje indywidualne uczestników z szefami i trenerami oraz spotkania z ekspertami z różnych obszarów firmy. Uczestnicy mogli korzystać także ze strefy inspiracji, w której znajdowały się materiały uzupełniające tematykę poszczególnych bloków.
- Po każdym bloku miał miejsce quiz wiedzy i pit stop.
- Cyklicznie odbywały się także spotkania statusowe z szefami uczestników i sponsorami, które były doskonałą okazją do podsumowania postępów.
- W końcowej fazie projektu odbyły się warsztaty follow up z uczestnikami i współtwórcami programu. Podsumowanie zakończyło program.



REZULTATY PROJEKTU:

- wzrost poziomu kompetencji managerskich uczestników jest widoczny w arkuszach samooceny i ankietach satysfakcji uzupełnianych przez uczestników po każdym bloku, arkuszach ocen uzupełnianych przez dyrektorów po każdym zadaniu biznesowym, wskaźniku poziomu kompetencji na zakończenie programu (obszary pracy managera zgodnie z RAP),

- powstanie rozpoznawalnej wspólnoty liderów opinii w sieci, inicjującej i wspierającej działania podejmowane centralnie i regionalnie
- dyrektorzy sprzedaży zyskali wsparcie w działaniach podejmowanych w ramach regionów i naturalnych zastępców na czas swojej nieobecności,
- realizacja konkretnych zadań biznesowych,
- stał się źródłem wielu nowych inicjatyw w regionach wspierających/ mających wpływ na realizację założonych celów i priorytetów biznesowych,
 - poszerzył perspektywę patrzenia na biznes u uczestników i dyrektorów sprzedaży,
 - stworzył przestrzeń i okazję do wymiany dobrych praktyk w regionach i pomiędzy regionami,
 - pozwolił uczestnikom umocnić swoją pozycję eksperta w regionach oraz poszerzył ich perspektywę patrzenia na biznes,
- spotkania z ekspertami z różnych obszarów firmy wpłynęły na zacieśnienie relacji i współpracy na linii sprzedaż – wsparcie,
- 100 proc. uczestników i dyrektorów sprzedaży rekomenduje udział w programie innym, nastawionym na rozwój pracowników firmy.



ELP Coins - wirtualna waluta dla pracowników



Anna Elwart

El Passion Sp. z o.o.

CEO EL Passion

W branży digital aktywna od 2010 roku. Od listopada 2020 zarządza EL Passion - agencją zajmującą się projektowaniem i budową produktów cyfrowych, która wspiera przedsiębiorców oraz firmy w tworzeniu aplikacji i stron internetowych. Wcześniej zajmowała się rozwojem i sprzedażą usług digital marketingowych m.in. jako Managing Director polskiej filii grupy mediowej Omnicom - agencji Resolution specjalizującej się w performance marketingu.

W wolnych chwilach hodowca mrówek, trenerka Dimaq i foodie traveler.



O FIRMIE EL PASSION:

El Passion to agencja tworząca produkty cyfrowe. Na rynku od 2011 roku. Zatrudnia ponad 80 ekspertów, którzy pomagają klientom na każdym etapie rozwoju ich aplikacji i stron internetowych, od strategii, poprzez UX/UI design, aż po dewelopment. Wyróżnia ich zwinne podejście stosowane nie tylko w projektach, ale też wewnętrznie. Deweloperzy i designerzy EL Passion pracują w małych, samzarządzających zespołach.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Najważniejszym założeniem projektu ELP Coins (ELC) było stworzenie inicjatywy, która nagradza wyjątkowe zaangażowanie pracowników w budowanie rozwoju firmy. Istotnym faktem była również duża potrzeba zareagowania na potrzeby pracowników w kontekście oferowanych benefitów, które będą dopasowane do obecnego modelu pracy, sytuacji rynkowej i ekonomicznej. Cel projektu to również przeciwdziałanie największym problemom branży IT, czyli konkurencyjności oraz dynamicznej rotacji poprzez wprowadzenie większej stabilizacji i dobrego samopoczucia w struktury zespołów.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Pomysł podzielenia się z zespołem udziałami w firmie i zyskach zarząd EL Passion ustalił wraz z właścicielami z Daft Code Ventures rok przed oficjalnym ogłoszeniem wprowadzenia programu. Właściciel zgodził się przeznaczyć na ten cel 15 proc. zysków i udziałów, co znacząco wykracza poza poziom praktykowany na rynku dojrzałych firm technologicznych.

Wiele czasu poświęcono na identyfikację potencjalnych zagrożeń. Zdecydowano, że ELP Coins jako wirtualna waluta w porównaniu do tradycyjnego ESOPu (Employee Stock Ownership Plan) będzie rozwiązaniem, które da najwięcej korzyści przy jednoczesnym zminimalizowaniu formalności. Aby operować ELC, nie trzeba każdorazowo angażować notariusza, a jej wartość określana jest w stosunku do wyceny spółki. ELP Coins nie wymagają też wkładu finansowego ze strony pracownika obejmującego udziały, jak to czasem bywa w przypadku zakupu udziałów pracowniczych.

W pierwszym kroku musiała zapaść decyzja, czy wybór padnie na kryptowalutę, co wiązałoby się z kosztami wdrożenia oraz utrzymywania smart contracts, czy na inną formę. W efekcie najważniejszym wyzwaniem projektu była konstrukcja prawna programu ELC, czyli przeniesienie koncepcji wirtualnej walut na przejrzyste warunki. We współpracy z zespołem prawników powstał regulamin oraz ustalono formę przechowywania informacji o shareholderach ELC (nazwa robocza: "Kopalnia ELP Coins").

Ustalono również księgowy sposób utrzymywania rezerw na zapewnienie wypłat na koniec roku księgowego.

W pierwszej kolejności ELC otrzymali Team Leaderzy techniczni, czyli senior developerzy, którzy dbają o rozwój programistów w swoich zespołach oraz budują kulturę technologiczną firmy. W kolejnych etapach ELP Coins przyznane zostały pozostałej kadrze managerskiej w ramach zimowej sesji ewaluacyjnej (sesje ewaluacyjne odbywają się 2 razy w roku: grudzień-styczeń oraz czerwiec-lipiec).

Oficjalne ogłoszenie benefitu nowej generacji, jak nazwane zostały ELP Coins, miało miejsce w pierwszym kwartale 2022 roku, a w kolejnych miesiącach, zgodnie z zasadami, aplikowali na nie pracownicy, którzy argumentowali swoje zaangażowanie. Wszyscy aplikanci uzyskali poparcie swoich Team Leaderów i zostali nagrodzeni przyznaniem ELP Coinsów oraz otrzymali tytuł ELP Partnera, którym wielu pochwaliło się na swoich zawodowych profilach na LinkedIn.



REZULTATY PROJEKTU:



Wzrost zadowolenia pracowników z pracy w EL Passion. Mierzony jest badaniem NPS. W 2021 roku wskaźnik wynosił 47 (vs -17 w Q4 2020) a w sierpniu 2022 wzrósł do 83.



Docenienie lojalności pracowników, którzy związani są z firmą od lat. Miary pokazują, że wśród osób, które otrzymały ELP Coins, 95 proc. kontynuuje współpracę z firmą (tylko 1 odejście vs 54 proc. rotacja na rynku IT).



Przekazanie w ciągu dwóch lat 15 proc. zysków firmy w ręce kluczowych pracowników EL Passion. W ciągu roku od zainicjowania projektu, przekazanych zostało już 12 proc.

LEVELS — System do autoregulacji wynagrodzeń w środowisku merytokratycznym



Jakub Krystkowiak

MTA Digital Sp. z o.o.

Obecnie pełni rolę CEO organizacji, jednak woli być odbierany jako jej Team Leader.

Interesuje go wpływ czynników wewnętrznych i zewnętrznych na rozwój organizacji, co bardzo często sprowadza go do roli inicjatora i audytora procesów organizacyjnych. Prywatnie fan fantastyki i uniwersum Wiedźmina.

O FIRMIE MTA DIGITAL:

Agencja marketingowa, zrzeszająca ponad 70-ciu doświadczonych ekspertów, którzy chętnie dzielą się swoją wiedzą oraz dążą do dawania klientom największej wartości. Jako organizacja turkusowa stawia na ciągły rozwój, transparentność i przedsiębiorczość.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Stworzenie dualnego, nieuznaniowego systemu wynagrodzeń, który miał być zależny od aktywności członków organizacji i ich samorozwoju. Projekt miał na celu wsparcie samorozwoju, przedsiębiorczości oraz budowanie motywacji. To możliwość wpływania na własne zyski miała być główną siłą napędową motywacji pracowników.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Wdrożenie kluczowego projektu poprzedziła szeroko zakrojona komunikacja, a wszystko po to, aby wszystkie osoby w organizacji знаły założenia nowego systemu.

Komunikacja odbywała się poprzez:



Spotkania cykliczne z opiekunami obszarów w organizacji. Celem tych spotkań był wspólny brainstorming i wypracowanie optymalnego systemu wynagrodzeń.



Spotkanie z całym zespołem na podsumowaniu kwartalnym. Wówczas przedstawiono założenia nowego systemu wynagrodzeń i zakomunikowano jego sposób działania. To był także czas na udzielenie odpowiedzi i zebranie feedbacku.

Cotygodniowy update na firmowym kanale komunikacji wewnętrznej HOTFIX. Informowano o kolejnych założeniach i planach na następny tydzień. Wszelkie dodatkowe pytania, były omawiane na bieżąco.

Szkolenia i warsztaty. Przed uruchomieniem projektu odbyły się warsztaty, w trakcie których pracownicy dowiedzieli się, jak działa system i jak z nim pracować.

Następnie został zdefiniowany projekt wynagrodzeń, w ramach którego miesięczna pensja dzieli się na:

- Minimum, stałą miesięczną kwotę wynagrodzenia. Wzrasta ono sukcesywnie – im więcej osoba wie, tym więcej wynosi jej wynagrodzenie. Wiedza weryfikowana jest poprzez autorski system LEVELS, w którym znajomość digital marketingu nagradzana jest punktami. Punkty mają przełożenie na podstawową wysokość wynagrodzenia.
- Performance, dodatkową kwotę, wypłacaną za pracę na projektach, w których działają członkowie MTA.



REZULTATY PROJEKTU:

LEVELS odniosło duży sukces. Cele, które były założone zostały spełnione.

1

Pierwszym zauważalnym rezultatem było ograniczenie rozmów o wynagrodzeniach. Z racji tego, że LEVELS są transparentne, każdy wie, ile wynosi jego minimum i przede wszystkim, dlaczego tyle wynosi. Team leaderzy nie mają na sobie odpowiedzialności dotyczącej wynagrodzeń – system reguluje się sam.

2

System przyczynił się również do wyłonienia kolejnych opiekunów obszarów, którzy również chcieli tworzyć swoje zespoły i rozwijać swoją specjalizację w MTA. Dzięki temu coraz więcej osób uczy się przedsiębiorczości i zarządzania, co mocno koresponduje z kulturą organizacji.

3

Wprowadzenie systemu LEVELS eliminuje uznaniowość i stawia członków organizacji na równym poziomie. Mają oni równe szanse na rozwój i zwiększanie swojego wynagrodzenia, dzięki czemu sami potrafią zaplanować swoją ścieżkę rozwoju, jednocześnie wnosząc ogromną wartość do organizacji.

Obecnie wszyscy członkowie MTA są zaangażowani w system LEVELS i aktywnie podnoszą swoje kwalifikacje, ucząc się nowych rzeczy. We wrześniu 2022 roku w systemie odnotowano łącznie 32 tys. 510 zdobytych punktów, gdzie za każdą nową umiejętność średnia waga to 15 pkt. To pokazuje, jak ogromny sukces odniósł ten projekt.

Zdrowe Prawa Pracownika w Biurze Rzecznika Praw Pacjenta



Monika Malinowska

Biuro Rzecznika Praw Pacjenta

Zastępca dyrektora ds. finansowych w Biurze Rzecznika Praw Pacjenta

Odpowiada za działania HR w Biurze Rzecznika Praw Pacjenta. Pasjonatka otwartej komunikacji. Jej zawodowa, malinowa triada to: ruch, działanie i rozmowa. Jest absolwentką programu Executive MBA na Uniwersytecie Warszawskim. Magister prawa i wychowania fizycznego. Członkini Stowarzyszenia Dziennikarzy RP, nauczyciel jogi oraz pasjonatka białej ceramiki.

O BIURZE RZECZNIKA PRAW PACJENTA:

Rzecznik Praw Pacjenta, jest organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony praw pacjentów. Swoje zadania wykonuje na podstawie ustawy z dnia 6 listopada 2008 r. o prawach pacjenta i Rzeczniku Praw Pacjenta. Działania, które realizuje przy pomocy Biura Rzecznika Praw Pacjenta, mają unikatowy i wyłączny charakter na obszarze całej Polski.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Głównym celem projektu było wsparcie psychiczne pracowników. Potrzeba została zdiagnozowana w związku ze spiętrzeniem codziennych obowiązków i terminów, które przyspieszała sytuacja pandemiczna w kraju i na świecie. Za cel postawiono sobie połączenie i poprawę funkcjonowania elementów, które bezpośrednio wpływają na wzrost zadowolenia i dobrostanu pracowników. W obszarze rozwojowym na pierwszy plan wysunęła się profesjonalizacja kadry zarządzającej i rozwoju jej kluczowych kompetencji takich jak: zarządzanie ludźmi, podejmowanie decyzji i odpowiedzialności, organizacja pracy i orientacja na osiąganie celów, a także współpraca i komunikacja. Dialog na linii pracodawca-pracownik (ankiety i spotkania) miał spowodować:

- wzrost poczucia sprawczości i wpływu na organizację jej pracowników,
- utrzymanie efektywności oraz zdrowych i entuzjastycznych postaw pracowników.

Podsumowując, można powiedzieć, że naszym celem była solidarna odpowiedzialność za interesy pracodawcy i za dobrostan pracowników - z naciskiem na "i", aby podkreślić dwustronność tej współpracy.



PRZEBIEG PROJEKTU:

- Po oddaniu do dyspozycji pracowników pokoju relaksu oraz zapewnienia im dodatkowego dnia wolnego (płatny urlop z przeznaczeniem na badania profilaktyczne), przyszedł czas na kolejne działania propracownicze.
- W pierwszej kolejności wdrożono: pracę zdalną dla wszystkich chętnych, ogólnodostępne wsparcie psychologa, możliwość wykupienia prywatnego ubezpieczenia zdrowotnego, kolejne funkcjonalności w systemie EZD (Elektroniczne Zarządzanie Dokumentacją) oraz Enova365, profesjonalne szkolenia (merytoryczne, kompetencje miękkie), assessment center - dla kadry kierowniczej, uproszczenie procesów kadrowych (rekrutacja, onboarding), program profilaktyki zdrowotnej dla wszystkich pracowników (osteoporoza, RZS).
- Wprowadzono system anonimowych ankiet, w których pracownicy odpowiadali na pytania o ich oczekiwania dotyczące nowych projektów. Dodatkowo, w urzędzie zatrudniono menedżera ds. HR.
- Dalsze, realizowane projekty dotyczą: wprowadzenia Happy Hours na zdrowie w Dniu Docenienia Pracownika, poznanie opinii pracowników o przełożonym za pomocą Arkusza informacji zwrotnej dla przełożonego, zazieleniania biura.



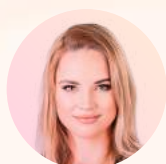
REZULTATY PROJEKTU:

- Zacieśnienie współpracy między departamentami w znacznym stopniu skróciło ścieżkę decyzyjną. W ankietach exit: prawie każdy podkreślał wspaniałą atmosferę i możliwość realizacji istotnych dla organizacji zadań, pracownicy docenili możliwość podnoszenia własnych kwalifikacji.
- Dzięki wdrożonym narzędziom i informatyzacji urzędu już w pierwszych dniach pandemii została wprowadzona praca zdalna i elastyczne godziny

pracy. Pracownicy w tym czasie zajęli się znacznie większą ilością spraw i nie korzystali ze zwolnień lekarskich (spadek aż o 26 proc.). Wdrożone narzędzia do elektronicznego obiegu dokumentów i obsługi kadrowej także usprawniły pracę i są nadal optymalizowane. Assessment Center sprawił, że nie mamy rotacji na stanowiskach menadżerskich.

-  Wdrożony w organizacji onboarding (komplet dokumentów zawiera: Podsumowanie prac zespołu ds. Onboardingu, Prezentacja wewnętrzna, Onboardig-wprowadzenie, Harmonogram adaptacji na 1 i 2 dzień, harmonogram adaptacji na 6 m-cy, Vademecum Pracownika, Prezentacja na 1-szy dzień dla kadr i nowego pracownika, Obligatoryjna wizyta u Ministra, Przewodnik dla Buddy'iego, Przykładowy Plan Adaptacji, Wzór mejla dla dyrektora przywitanie nowego pracownika. Kompleksowy program jest bardzo wysoko oceniany przez uczestników za pośrednictwem ankiety.
-  Uczestnicy Projektu Happy Hours na Zdrowie (skrócenie dnia o 4 godziny w zamian za zdjęcie z aktywności) - mogli dowolnie spędzić ten czas, dbając i pielęgnując swoje zdrowie fizyczne i mentalne. To działanie zostało wysoko ocenione.
-  Dzięki realizowanym programom profilaktycznym jeden z pracowników zapobiegł rozwojowi choroby, gdyż został zdiagnozowany we wstępnej fazie. Ankieta pokazała oczekiwania pracowników - nikt deklarujący chęć uczestnictwa nie zrezygnował z przystąpienia do prywatnego ubezpieczenia zdrowotnego.
-  Dzięki inicjatywie z Arkuszem informacji zwrotnej dla przełożonego - poznano mocne strony menedżerów oraz kompetencje do udoskonalenia (organizacja coachingu 1:1).
-  Osiągnięto przejrzystości i równości kryteriów nagradzania. Scalenie procedur naboru zniwelowało biurokrację, ujednoliciło i skróciło procedury.
-  Dzięki kompleksowej realizacji projektu Zdrowe Prawa Pracownika wciąż budowany jest duch współpracy, pracownik czuje się doceniony i zaopiekowany przez pracodawcę. Odnotowywano także wyższą otwartość, większe zaufanie i satysfakcji z pracy oraz postępującą profesjonalizacją wszystkich procesów.

Żłobek i Przedszkole Ekolucky



Klaudia Oświęcimska

Ekoenergetyka - Polska SA

W firmie Ekoenergetyka-Polska SA pracuje od ponad czterech lat. Jest odpowiedzialna za politykę personalną i benefitową. Z zawodu jest psychologiem. Pasjonują ją ludzie, relacje, ta pasja pozwala jej na co dzień efektywniej adresować potrzeby pracowników, a co za tym idzie - budować sprawniej działającą organizację.

O FIRMIE EKOENERGETYKA-POLSKA:

Ekoenergetyka-Polska SA powstała w 2009 roku w Zielonej Górze. Jej celem jest tworzenie infrastruktury ładowania dla pojazdów elektrycznych. Firma jest pionierem elektromobilności oraz jednym z liderów producentów infrastruktury ładowania w Europie.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Główny cel projektu to danie pracownikom możliwości łączenia obowiązków zawodowych z rodzicielskimi, ale także odciążenie ich w codziennej logistyce związanej z organizacją opieki dla dzieci. Zapewnienie oferty opiekuńczo edukacyjnej miało także wspierać pracowników w utrzymaniu WLB.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Projekt rozpoczął się od badania potrzeb pracowników. Wyniki ankiety dały jasny obraz tego, że pracownicy stoją w obliczu wyzwań łączenia sfery zawodowej i rodzinnej.



Tak jasne wyartykułowanie tej potrzeby zaowocowało stworzeniem placówki przedszkolnej naprzeciwko firmy. Projekt rozpoczął się określeniem misji i wizji, która byłaby tożsama z wartościami organizacji.



Postawiono na trzy filary: **ekologię, nowoczesne technologie i naukę języków obcych**. Projekt architektoniczny i pedagogiczny były prowadzone równolegle: dostosowanie sal, rekrutacja kadry, opracowanie programów nauczania, aranżacja placu zabaw.



Zapisy ruszyły w czerwcu 2021 roku.



Start projektu miał miejsce 1 września 2021 roku.



REZULTATY PROJEKTU:



Obecnie z Ekolucky korzysta **26 dzieci pracowników**. W okresie wakacji odbyły się półkolonie, w których uczestniczyło **65 dzieci**.



Ekolucky istotnie przyczynia się do budowania lojalności na linii pracodawca–pracownik, a rodzicom daje poczucie bezpieczeństwa i stabilizacji.



Pracownicy otrzymują do 85 proc. dofinansowywania od firmy na opłaty związane z Ekolucky.



BeeOfTheMonth



Artem Sokhin

A4BEE Sp. z o.o.

Inżynier informatyki, absolwent Politechniki Wrocławskiej

Artem Sokhin jest inżynierem informatyki i absolwentem Politechniki Wrocławskiej. Od dwóch lat pracuje w A4BEE jako Fullstack Developer i zajmuje się projektowaniem i wytwarzaniem serverless aplikacji w chmurze, a także prowadzi projekt "BeeOfTheMonth". Interesuje się Web3, blockchain, NFT i AI. W wolnych chwilach pisze artykuły na Medium.



Magdalena Walczyk

A4BEE Sp. z o.o.

Senior Recruitment & Culture Specialist, A4BEE Sp. z o.o.

Od siedmiu lat rozwija się w obszarze HR. W A4Bee zajmuje się przyciąganiem, utrzymywaniem i rozwijaniem najlepszych talentów w branży nowych technologii. Pomaga rozwijać kulturę organizacyjną. Jest orędowniczką technologii i narzędzi, takich jak Google Workspace, Monday i Confluence. Uwielbia również LinkedIn. W wolnych chwilach lubi podróżować z rodziną i długie spacerować ze swoimi psami.



O FIRMIE A4BEE:

A4BEE to firma technologiczna głęboko zaangażowana we wspieranie sektorów biotechnologicznego, farmaceutycznego i produkcyjnego. Ścisłe współpracuje z globalnymi graczami, aby kształtować zwycięskie strategie, wdrażać nowe rozwiązania cyfrowe i wykorzystywać moc łączności, elastyczności i modułowości. Wspiera te firmy na każdym etapie cyfrowej transformacji, rozwiązując realne problemy.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu było zbudowanie aplikacji, która w prosty i atrakcyjny sposób pozwoli pracownikom nominować swoich kolegów do tytułu pracownik miesiąca w kilku kategoriach. Założeniem projektu było motywowanie pracowników do doceniania dokonań pozostałych, dzielenia się z nimi swoimi pozytywnymi spostrzeżeniami oraz podziękowaniami. Nominowani i wybrani pracownicy powinni się poczuć docenieni, a ich poczucie wartości oraz świadomość, jak ważni są dla organizacji, powinny wzrastać. Założenie projektu obejmowało też stworzenie systemu nagród dla trzech pracowników, którzy w danym miesiącu otrzymali najwięcej głosów.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Projekt rozpoczął się w grudniu 2021 r. Był to jeden z zaproponowanych i wybranych przez pracowników projektów do realizacji podczas dwudniowego hackathonu organizowanego wewnątrz organizacji. Rozpoczął się od konsultacji projektu z CEO firmy, który nadzorował pierwotnie cały proces. Głównym założeniem była cyfryzacja i automatyzacja procesu wyboru pracownika miesiąca w taki sposób, aby nie musiał on ręcznie wybierać go, filtrując kilkanaście maili z otrzymanymi nominacjami, a później konstruować dużego maila z pochwałami dla

każdego pracownika. Zdecydowano się także dodać innowacyjną nagrodę, która nie tylko przypomina pracownikowi o jej/jego zasłudze, lecz jest również dziełem sztuki, które nigdy nie zniknie, a wartość i autentyczność tej nagrody mógłby sprawdzić każdy - czyli NFT.

Zapoczątkowało go przygotowanie aktywności, które musiały być zautomatyzowane w całym procesie wyboru pracownika miesiąca. Podczas brainstormingu wydzielono MVP projektu. Zdecydowano się rozbić aplikację na trzy etapy - nominowanie, głosowanie i rozdanie nagród. Podczas etapu nominowania każdy pracownik nominuje, uzasadniając swoją nominację, inną "Pszczołę" lub "Pszczoły" do tytułu pracownika miesiąca. Wiąże się to z przypisaniem jednej z wartości firmy do każdej nominacji. Podczas etapu głosowania każdy pracownik może przeglądać anonimowe nominacje i wybrać tylko jednego pracownika, na którego odda swój głos. Po upływie terminu głosowanie odbywa się rozdanie nagród z wysyłką maili i gratulacjami dla trzech osób, które uzyskały najwięcej głosów.

W lutym 2022 pracownicy A4BEE mieli możliwość skorzystania z systemu i otrzymania pierwszych nagród NFT. W kolejnych miesiącach aplikacja była ulepszana, i dodawane były nowe funkcjonalności.

Technologie, które zostały użyte projekcie: Backend: AWS (Lambda, S3, Cloudfront, API Gateway, DynamoDB, Stepfunctions, SQS), Python, JavaScript, Frontend: React + JavaScript. Blockchain: Solana, IPFS. Generowanie obrazów: tensorflow, torch + Python.



REZULTATY PROJEKTU:

Pierwotne narzędzie, które służyło do doceniania i nominowania pracowników miesiąca, było obsługiwane manualnie. Wiązała się z tym żmudna i mało atrakcyjna aktywność, co powodowało, że spływało niewiele nominacji.

Realizacja projektu sprawiła, że A4BEE ma własną, wewnętrzną aplikację, do której łatwo się zalogować, jest bardzo intuicyjna i przejrzysta. Pracownicy są regularnie i automatycznie informowani o ramach czasowych



składania nominacji, mają łatwy dostęp do aplikacji i są w stanie przyrzeć się także archiwalnym wynikom. Dzięki temu są znacznie bardziej zmotywowani do składania nominacji i doceniania swoich kolegów, robią to chętniej, szybciej, liczba nominacji oraz osób nominujących i nominowanych się zwiększyła.



Ponadto wprowadzenie nagrody w postaci unikalnej grafiki NFT dla pracowników mających najwięcej nominacji w danym miesiącu, pozwoliło zapoznać się całej firmie z tą nowoczesną technologią, zrozumieć ją i dać pracownikom świadomość, że posiadają coś jedyne w swoim rodzaju.

Zmień na Plus



Agnieszka Nowak

Leroy Merlin Polska Sp z o.o.

Koordynator ds. Komunikacji Strategicznej w Leroy Merlin Polska

Psycholożka organizacji. Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego oraz London School of Public Relations. Doświadczenie zawodowe w obszarze HR zdobywała w branży FMCG i telekomunikacyjnej. Od 2016 r. związana z Leroy Merlin Polska. Prywatnie, mama dwóch urwisów, z którymi na nowo poznaje świat.



O FIRMIE LEROY MERLIN POLSKA:

Leroy Merlin Polska to sieć sklepów budowlano-dekoracyjnych (DIY), sklep internetowy leroymerlin.pl oraz portal oferia.pl. Zatrudnia 13 500 pracowników w 50 miastach w całym kraju. Misją firmy jest ułatwianie klientom realizacji domów i ogrodów.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem tego długofalowego projektu jest budowanie i wzmacnianie poczucia sprawstwa pracowników poprzez pozyskiwanie i promowanie ich pomysłów, które służą usprawnianiu pracy, podnoszeniu efektywności, upraszczaniu procesów, czy likwidacji zbędnych działań z codziennych czynności i kosztownych procesów w firmie. Proponowane przez pracowników pomysły mogą być modyfikacją już istniejących rozwiązań czy narzędzi lub też być czymś zupełnie nowym.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Każdy pracownik może zaproponować pomysł na usprawnienie pracy i po uzyskaniu zgody dyrektora sklepu, przetestować go w swoim miejscu pracy. W formularzu zgłoszeniowym pracownik wskazuje cele i korzyści związane z wdrożeniem pomysłu, a także wskazuje sposób pomiaru jego skuteczności. Jeśli proponowane rozwiązanie jest interesujące biznesowo, a wykracza poza kompetencje sklepu lub wymaga konsultacji z pracownikami centrali ze względu na obowiązujące w firmie procedury, lub ustalenia, pracownik może zgłosić się do przedstawiciela danego departamentu (lista dostępna jest w Intranecie), który zaopiniuje pomysł lub pomoże w dotarciu do właściciela merytorycznego przedmiotowego obszaru, a także pomoże w jego ewentualnym przetestowaniu czy wdrożeniu.

- Dobrze i sprawdzone już w sklepie pomysły mogą zostać zaimplementowane w regionie, czyli kilkunastu sklepach sieci położonych w zbliżonym obszarze geograficznym i zarządzanym przez dyrektora regionalnego.
- Jeśli pomysł okaże się trafiony, po wprowadzeniu w regionie, może zostać wdrożony we wszystkich sklepach Leroy Merlin Polska.
- Za wdrożenie pomysłu na poszczególnych etapach pomysłodawca otrzymuje list z gratulacjami oraz nagrodę w postaci karty podarunkowej do sklepów Leroy Merlin Polska. Informacje o pomysłach skierowanych do wdrożenia we wszystkich sklepach są publikowane w specjalnym miejscu w Intranecie.



REZULTATY PROJEKTU:

- Wysokie zainteresowanie pracowników projektem, świadczą o tym liczby zgłaszanych i wdrażanych pomysłów. Ta aktywność przyczynia się do tego, że pracownicy postrzegają firmę jako bardziej otwartą i elastyczną, nastawioną na rozwój i innowacje, a także gotową, aby doceniać pracowników oraz korzystać z ich doświadczenia.
- Rezultaty są zadowalające i pozwalają na kształtowanie rosnących oczekiwań co do zaangażowania pracowników wyrażonego poprzez liczbę interesujących biznesowo oraz trafionych pomysłów wspierających efektywność w pracy. W kolejnych kwartałach prognozowane są dalsze wzrosty liczby proponowanych przez pracowników usprawnień.

Smart Working Policy



Łukasz Szymula

Tradedoubler Polska Sp z o.o.

Country Manager CEE & Poland

Doświadczony menadżer, mentor, coach i trener biznesu. Zarządza międzynarodowym zespołem w szwedzkiej firmie Tradedoubler. Z sukcesem wdrożył program budowania zaangażowania i kultury odpowiedzialności, przeprowadzając transformację firmy. Lider dobrostanu i poczucia sensu. Nurek wrakowo-jaskiniowy.

O FIRMIE TRADEDOUBLER POLSKA:

Tradedoubler to wiodąca, globalna firma zajmująca się marketingiem efektywnościowym online, oferująca zaawansowane rozwiązania z obszaru technologii cyfrowych. W Polsce działa od 2004 roku i wspiera największych klientów e-commerce w sprzedaży online.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu było wprowadzenie takich zmian organizacyjnych, aby umożliwić pracownikom wykonywanie tych samych zadań, ale w sposób bardziej efektywny, skuteczny, z poczuciem sensu i z możliwością rozwoju. Wdrożenie 6-godzinnego dnia pracy oraz elastyczności co do czasu i miejsca pracy. Wypracowanie planu pracy uwzględniającego zakaz organizowania wewnętrznych spotkań w godz. 9-10 i po godz. 15 oraz ograniczenie czasu ich trwania do maksymalnie pół godziny. Wdrożenie metody pracy „Deep Work”.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Projekt skróconego czasu pracy był sporą zmianą organizacyjną. Do głównych etapów należały:



audyt obecnego stanu zespołu i organizacji,



opracowanie założeń transformacji,



zaprezentowanie całemu zespołowi propozycji, pokazanie kierunku bez konkretnych rozwiązań,

- przeprowadzenie kilku warsztatów, w których brali udział wszyscy pracownicy (warsztaty facylitowane przez Country Managera),
- wdrożenie etapu badawczego trwającego dwa miesiące przy uwzględnieniu 7-godzinnego dnia pracy,
- wdrożenie drugiego 4-miesięcznego etapu badawczego zakładającego 6-godzinny dzień pracy,
- właściwe wdrożenie,
- regularna rekalkulacja projektu oraz warsztaty.

Kluczowym elementem wdrożenia było zaproszenie wszystkich pracowników do pracy warsztatowej. Warsztaty opierały się na tym, aby uczestnicy wypracowywali wszystkie niezbędne zmiany, które muszą nastąpić, aby pracować 6 godzin dziennie, wychwycić wszystkie „zjadacze czasu” oraz czasochłonne i nieefektywne procesy.



REZULTATY PROJEKTU:

- W efekcie przeprowadzonego projektu skutecznie wdrożono: 6-godzinny dzień pracy, elastyczny czas pracy oraz w pełni hybrydowy model pracy, który nie jest regulowany, zespoły indywidualnie decydują, w jakiej formie pracują. Zwiększono wymiar urlopu wypoczynkowego zależny od stażu pracy (np. po 3 latach – 3 dni dodatkowego urlopu, po 5 latach – 5 dni). Wdrożono Sabbatical Holiday (urlop regeneracyjny), który zakłada, że raz na siedem lat pracownikowi przysługuje dodatkowy urlop w wymiarze maksymalnie 60 dni, płatny w wys. 60 proc. jego wynagrodzenia. Warto nadmienić, że projekt rozpoczął się kilka miesięcy przed pandemią w związku z czym jego intencja nie wynikała z efektów post-pandemicznych, ale z autentycznego dbania o dobrostan pracowników. Projekt jest ciągle rozwijany.



Z uwagi na to, że projekt jest w modelu evidence based jest bardzo dokładnie opomiarowany. Najważniejsze wskaźniki:

- EBITDA – średnioroczny wzrost +48 proc.
- marża brutto (procentowa realizacja kwartalnego budżetu, procentowy wzrost roczny) – znaczący wzrost marży brutto powyżej zakładanych celów kwartalnych i rocznych,
- Order Value – z 2,5 mld PLN na 4,1 mld PLN,
- dynamiczny wzrost przychodów – średnioroczny wzrost +36 proc. osiągając poziom ponad 120 mln PLN,
- wzrost wartości proc.,
- rekordowe wskaźniki zaangażowania: Gallup Q12 – 4.4, IC Potential – 4.3, Eleteive – 4.6,
- wzrost Net Promoter Score z 50 na 62,
- wskaźnik eNPS – 81,
- retencja pracowników - 100 proc. oraz 52 proc. spadek dni chorobowych.

Program #Returnship



Magdalena Półtorak

AstraZeneca Pharma Poland Sp z o.o.

Team Manager

Dołączyła do AstraZeneca cztery lata temu. Od 2020 r. sprawuje funkcję managera zespołu S2C w obszarze R&D. Jest prawnikiem - ukończyła Uniwersytet Warszawski oraz Maurer School of Law na Uniwersytecie Indiana. Wolny czas przeznacza na podróże oraz aktywny wypoczynek; jest entuzjastką sportów oraz wielbicielek psów.

O FIRMIE ASTRAZENECA:

AstraZeneca to jedna z największych i najbardziej innowacyjnych firm biofarmaceutycznych na świecie. Opracowuje i wytwarza nowoczesne leki w obszarach terapeutycznych stanowiących największe wyzwania współczesnej medycyny. W Polsce obecna od ponad 30 lat; posiada status Centrum Badawczo-Rozwojowego. Zatrudnia prawie 3000 osób w biurach w Warszawie i Krakowie.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Program został zaprojektowany i zrealizowany w ramach oddolnej inicjatywy pracowników Działu Zakupów GPS. Kierowany jest do dojrzałych kandydatów z doświadczeniem zawodowym, powracających po dłuższym okresie nieobecności w pracy lub chcących dokonać zmiany zawodowej. Celem programu jest przyciągnięcie do organizacji wykwalifikowanych pracowników z różnym doświadczeniem zawodowym, a tym samym utworzenie inkluzywnego miejsca pracy przyjaznego wszystkim pracownikom.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Pierwszy etap wdrożenia programu #Returnship wiązał się z przygotowaniem jego biznesowego uzasadnienia. W kolejnym etapie zorganizowano szereg spotkań, aby ustalić jego finalną wersję. Zespół projektowy współpracował z pracownikami z innych działów, w celu ustalenia formy zatrudnienia kandydatów.



Wstępne założenia projektu były dobrze zdefiniowane pod względem docelowej grupy uczestników, koncepcji, określenia lokalizacji oraz przewidywanej daty rozpoczęcia. Projekt pilotażowy miał trwać sześć

miesiący. Liczbę uczestników ustalono na pięć osób. Data uruchomienia została wyznaczona na lipiec 2020 roku. Pierwsza edycja programu miała być zrealizowana w dziale Zakupów GPS w Warszawie (z założeniem możliwości rozszerzenia go w przyszłości na całą organizację).

Kolejnym krokiem było przeprowadzenie konsultacji ze wszystkimi odpowiednimi zespołami wewnętrznymi i partnerami zewnętrznymi oraz wypromowanie programu w organizacji i poza nią.

W związku z pojawieniem się pandemii Covid-19, zespół programu rekrutował kandydatów w trybie zdalnym.

Po zakończeniu procesu rekrutacji podjęto działania, których celem było zapewnienie uczestnikom spokoju i komfortu w procesie wdrożenia się do nowych obowiązków. W tym celu zorganizowano nieformalne spotkania przed oficjalnym rozpoczęciem pracy, uruchomiono czaty zespołowe, a także zapewniono wsparcie ze strony przełożonych i „buddies”. Nowi pracownicy mieli również możliwość skorzystania ze wsparcia mentora w ciągu pierwszych kilku miesięcy swojej pracy.



REZULTATY PROJEKTU:

Program został dobrze odebrany w środowisku zakupowym, jak również w branży farmaceutycznej.

W 2021 instytut CIPS dostrzegł innowacyjność projektu #Returnship przyznając jego twórcom nagrodę w kategorii People Development.

Sukces pierwszej edycji sprawił, że w 2021 roku program został oficjalnie przyjęty jako część bieżącej strategii AstraZeneca w Warszawie, która m.in. zakłada tworzenie włączającego środowiska pracy.

Zespoły Partnerskie



Izabela Pawlak

Bluerank Sp z o.o.

People&Culture Manager w Bluerank.

Wspiera w rozwoju organizacji, jej kultury i zespołu. Psycholog, Trener, Coach, certyfikowana z m.in.: FRIS, Reiss Motivation Profile, Clifton Strengths, MTQ48, ILM72.

Motto: "Każde działanie rozwija, a rozwój jest kluczem do sukcesu w życiu."

O FIRMIE BLUERANK:

Bluerank to biznesowy partner największych firm w Polsce i na świecie. Od 17 lat wspiera marki w zakresie tworzenia i realizowania strategii marketingu internetowego w obszarach: SEM, SEO, Programmatic, Marketing Analytics, Performace, Content, Social Media.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Założeniem projektu było stworzenie interdyscyplinarnych zespołów składających się ze specjalistów z różnych dziedzin digital marketingu. Wejście na inny, nowy (jeszcze lepszy) poziom współpracy pomiędzy działami. Wprowadzenie zmiany, która nada nowy wymiar funkcjonalności pracy zespołowej.

Cele to przede wszystkim zwiększenie zadowolenia pracowników poprzez wzmocnienie Teamworku. Zbudowanie większej świadomości pracowników poprzez oddanie im dużej części decyzyjności w obszarze biznesowym (dobór projektów, zarządzanie projektami, organizacja, definiowanie i egzekucja celów). Zwiększenie jakości współpracy z Partnerami i efektywności pracy.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Projekt rozpoczął się od eksperymentu: został powołany jeden zespół partnerski, składający się wyłącznie z ochotników. Były to osoby, które dostarczyły bezcennych informacji przydatnych do zaplanowania procesu zmiany dla całej firmy. Kolejnym krokiem było przygotowanie się do zmiany w gronie menedżerskim: poprzez opracowanie różnych możliwych scenariuszy działań uwzględniających dotychczasowe oraz przyszłe procesy.

- Zmiany zostały wprowadzone etapami: pierwsze wdrożono z początkiem 2020 r. Kolejną porcję, najbardziej odczuwalną w codziennej pracy, wprowadzono równo rok później.
- Finalnie powstało pięć interdyscyplinarnych zespołów składających się z przynajmniej jednego specjalisty z każdego działu, które pracują z tymi samymi Partnerami. 7-10 osobowe struktury bez zależności formalnych, które mają dużą autonomię w organizowaniu swojej pracy.
- Zostały wprowadzone cele zespołowe, które wspomagają cele indywidualne: co doprowadziło do sytuacji, że cały kilkunastoosobowy zespół wspólnie wygrywa.
Ograniczono przebywanie w sąsiedztwie przełożonego na rzecz przebywania w otoczeniu specjalistów z innych działów, którzy pracują z tym samym Partnerem. W modelu pracy hybrydowej pracownicy w biurze są obecni 1-2 razy w tygodniu i tym samym zespoły partnerskie siedzą razem, tj. poza swoimi nominalnymi miejscami pracy w działach raz w tygodniu, co drugi tydzień.



REZULTATY PROJEKTU:

- Uwolnienie przestrzeni do bezpośredniej współpracy między specjalistami, z mniejszym uzależnieniem od menedżerów.
- Skupienie na współpracy, więcej bezpośredniej komunikacji, ściślejsze zintegrowanie dostarczanych usług, większa synergia - to wszystko powoli i konsekwentnie zmierza w pożądanym kierunku wizji rozwoju i roli Bluerank wobec swoich Partnerów.
- Uwolnienie potencjału liderskiego osób, które nie są menedżerami - tych, którzy stopniowo i bez formalnych przywilejów stają się liderami swoich grup.

#jakmiło - Doceń kogoś dzisiaj



Iza Klat

Prowly

Head of People & Culture w Prowly

Konsultantka i facylitatorka procesów rozwojowych i szkoleniowych. Wdraża metodę OKR, której nauczyła się pracując w Google. Dyplomowana coach, akredytowana konsultantka badania Facet5, certyfikowana w ICAgile - Agility in HR. Wspiera zmiany w obszarze kultury organizacyjnej i innowacji. Kilkanaście lat pracowała w sprzedaży i marketingu, co dzisiaj pozwala jej na bardziej biznesowe podejście do zagadnień HRowych.

O FIRMIE PROWLY:

Prowly to jedna z wiodących aplikacji dla PR-owców na świecie. Dzięki nam firmy każdej wielkości mogą efektywniej zarządzać relacjami z mediami oszczędzając czas na rutynowych zadaniach. Prowly wspiera użytkowników m.in. w znajdowaniu właściwych kontaktów w mediach, tworzeniu estetycznych komunikatów prasowych, prowadzeniu newsroomów przyjaznych dziennikarzom i monitorowaniu mediów. Pomagamy PRowcom w uwalnianiu ich supermocy!



CELE I ZAŁOŻENIA:

#jakmiło, to kanał na firmowym Slacku Prowly, którego celem i spontanicznym założeniem było zachęcenie ludzi pracujących w firmie do zwykłego, niewymuszonego, codziennego, wzajemnego doceniania się za drobne i większe rzeczy, w formie pisanej, emotikonowej lub innej, którą można wyrazić online.

Kultura organizacyjna Prowly sprzyja otwartości w relacjach oraz dawaniu sobie feedbacku, jednak dało się zauważyć, że w codziennej, zwłaszcza pandemicznej rzeczywistości, być może potrzeba wzajemnej życzliwości i ciepła bardziej niż zwykle.

Projekt powstał całkowicie spontanicznie, bez większych analiz i zastanawiania się, czy 'zażre', czy będzie użyteczny. Pomyśleliśmy po prostu, że takie miejsce może się przydać i postanowiliśmy, jak to w zwinnej firmie, poeksperymentować i sprawdzić, czy #jakmiło przetrwa dłużej niż miesiąc.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Od pomysłu do realizacji minęły 2 dni i już 2 lutego 2021 utworzony został kanał z opisem: "Za każdym razem, gdy chcesz przekazać komuś coś miłego, chcesz kogoś docenić i chcesz to zrobić publicznie, to jest TO miejsce! Docień kogoś dzisiaj :)"



W Prowly #jakmiło stało się lubianym miejscem. Ta prosta, szybka forma pozwala na wyrażenie kilku życzliwych słów totalnie bez barier, tu i teraz, bez zbędnego patetycznego tonu. Kanał bardzo szybko zyskał popularność wśród pracowników.



REZULTATY PROJEKTU:



W założeniach projektu prognozowano, że kanał będzie funkcjonował miesiąc, może dwa. Trwa już ponad półtora i wciąż tętni życiem. Dzisiaj praktycznie nie ma dnia, żeby na #jakmiło nie pojawiła się przynajmniej jedna wiadomość ze słowami doceniającymi czyjeś wsparcie, pomoc, wysiłek, świetne wyniki.

W ubiegłym roku Prowly przeszło na komunikację w języku angielskim i wydawać by się mogło, że to spowoduje, że nie będzie już tak łatwo wyrażać w słowach podziękowań, ale tak się nie stało! Kanał ma się dobrze, wciąż jest w TOP3 najpopularniejszych i najczęściej używanych kanałów do komunikacji na Slacku w Prowly.



W sumie od początku istnienia kanału do października 2022, pojawiło się na nim ponad 2500 wiadomości. We wrześniu padł rekord - 465 wiadomości z serduszkami w tle, wysłanych do kolegów i koleżanek z Prowly i ponad 3600 reakcji na te wiadomości!



Niedawno przeprowadzona została ankieta, w której zapytano, czy kanał #jakmiło jest wartościową inicjatywą. Wszyscy respondenci odpowiedzieli, że TAK! Dlaczego cenią ten kanał?

- 'Każdy chce czuć się doceniony, ważne jest, abyśmy o tym przypominali. Wspaniale jest doceniać pracę innych.'
- 'Bardzo miło jest móc kogoś wymienić i docenić jego niezwykle tydzień lub osiągnięcia.'
- '(kanał) Pomaga szerzyć dobre wibracje, wiem, gdzie dzielić się dobrymi wiadomościami, jest to miejsce do nawiązywania kontaktów z kolegami, z którymi nie mam na co dzień styczności na żywo.'



Kanał wspiera firmę w pielęgnowaniu wartości i kultury organizacyjnej, w której człowiek i dobry, partnerski kontakt z nim są najważniejsze. Dostrzeganie i docenianie nawet małych gestów, ma duży wpływ na to, że po prostu lubi się ludzi w firmie, w której się pracuje.

Gra onboardingowa



Kamila Fałtynowicz

Aspire Systems Poland Sp z o.o.

Specjalista ds. HR w Aspire Systems Poland Sp. z o.o.

Absolwentka skandynawistyki Uniwersytetu Gdańskiego i studiów podyplomowych HR Manager na Politechnice Gdańskiej. Jest fascynatką rozwiązań HR-owych i porozumienia bez przemocy, wierzy w moc słowa i siłę dobra w drugim człowieku.

O FIRMIE ASPIRE SYSTEMS POLAND:

Firmę tworzy ponad 150 utalentowanych specjalistów: inżynierów i testerów oprogramowania, projektantów, konsultantów i analityków biznesowych oraz kierowników projektów z siedzibą w Gdańsku. Projektują produkty, które najlepiej odpowiadają potrzebom ich klientów oraz łączą zachodni styl zarządzania z profesjonalną wiedzą polskich ekspertów. Pracują zgodnie ze zwinnym podejściem Agile.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu było podsumowanie wiedzy zaprezentowanej podczas 3-dniowego intensywnego programu onboardingu dotyczącego organizacji poprzez dwa rodzaje gry. Uzupełnienie potencjalnych luk w znajomości praktycznych kwestii funkcjonowania organizacji. Redukcja stresu w trakcie onboardingu poprzez lekki i przystępny styl gry. Aklimatyzacja w kulturze organizacyjnej firmy. Zaprezentowanie możliwości tworzenia aplikacji dla wewnętrznych celów firmy. Podtrzymanie zadowolenia z procesu wdrożenia. Zaskoczenie i wzrost poziomu satysfakcji z wyboru pracodawcy. Element employer brandingowy – wpływ na pozytywny wizerunek organizacji. W okresie długofalowym wyższa retencja pracowników.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Zdefiniowanie problematycznego obszaru. Wybranie formy projektu - gra edukacyjna, składająca się z dwóch gier:

- gra typu memory, gdzie gracz łączy wizerunek pracownika wraz z jego danymi osobowymi oraz sprawowaną funkcją. Dzięki tej wiedzy nowy pracownik w założeniu będzie wiedział z jaką osobą się kontaktować w konkretnych sprawach już po okresie wdrożenia.

- gra typu quiz, która zawiera pytania z różnych obszarów organizacji dotyczących planowania i rezerwowania urlopów, głównej siedziby firmy oraz jej pozostałych filii, godzin pracy oraz sposobu ich rejestracji, wydarzeń integracyjnych, szkoleń pracowniczych, wartości, którymi kieruje się organizacja, benefitów przyznawanych pracownikom, zasad dotyczących udziału w wydarzeniach sportowych.



Następnie zostały zdefiniowane listy funkcjonalności gry oraz nastąpiła priorytetyzacja listy funkcjonalności. Podzielono je na funkcje niezbędne oraz dodatkowe. Kolejny krok to implementacja developerska gry, testowanie i wdrożenie jako ostatni element procesu onboardingowego.



REZULTATY PROJEKTU:



Gra onboardingowa podsumowała wiedzę w zakresie praktycznych kwestii organizacyjnych i uzupełniła luki po trzydniowym okresie intensywnego wdrażania (tak odpowiedziało 75 proc. ankietowanych).



Ponadto ze strony nowych pracowników zaobserwowano mniejszą ilość zgłaszanych pytań dotyczących spraw organizacyjnych firmy, nowo zatrudnieni również wiedzieli, do którego pracownika się zgłosić w konkretnych kwestiach organizacji. Niepoprawne odpowiedzi udzielane w grze wykazały, które kwestie organizacyjne powinny zostać mocniej zaakcentowane w trakcie procesu onboardingowego.



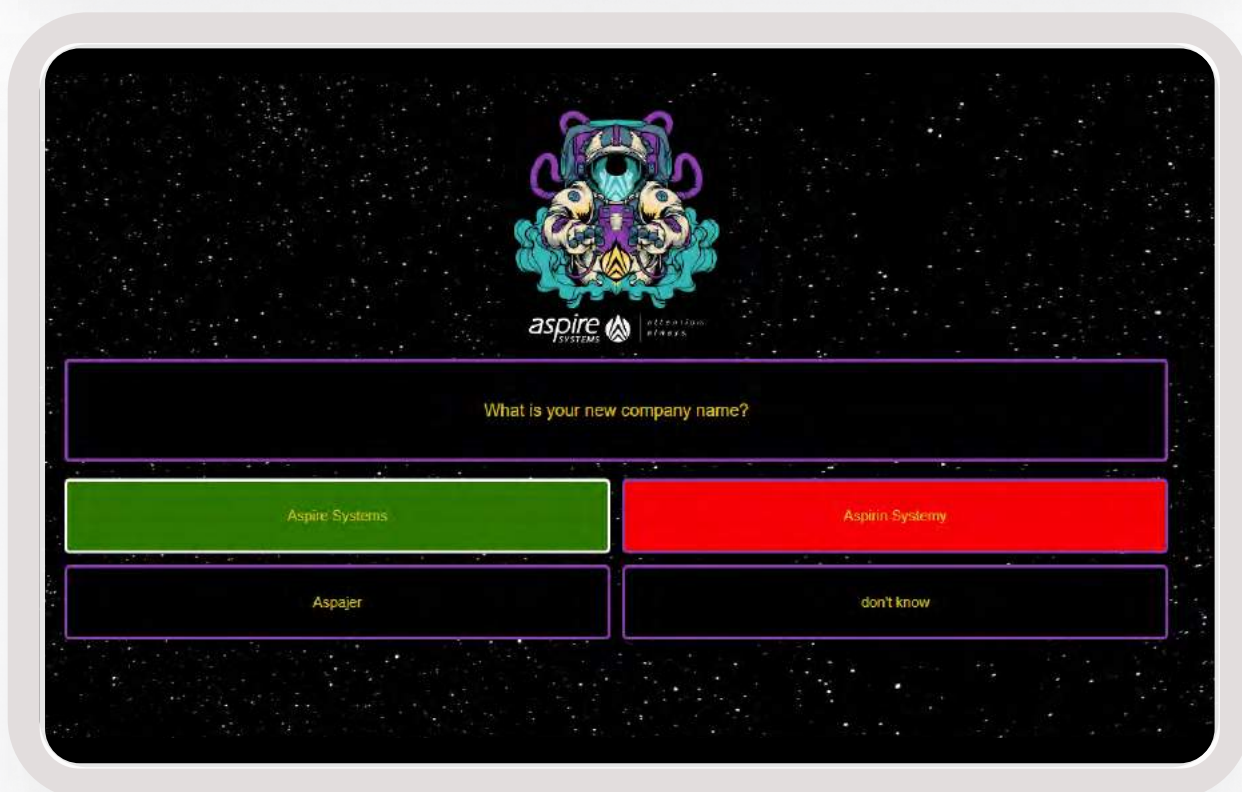
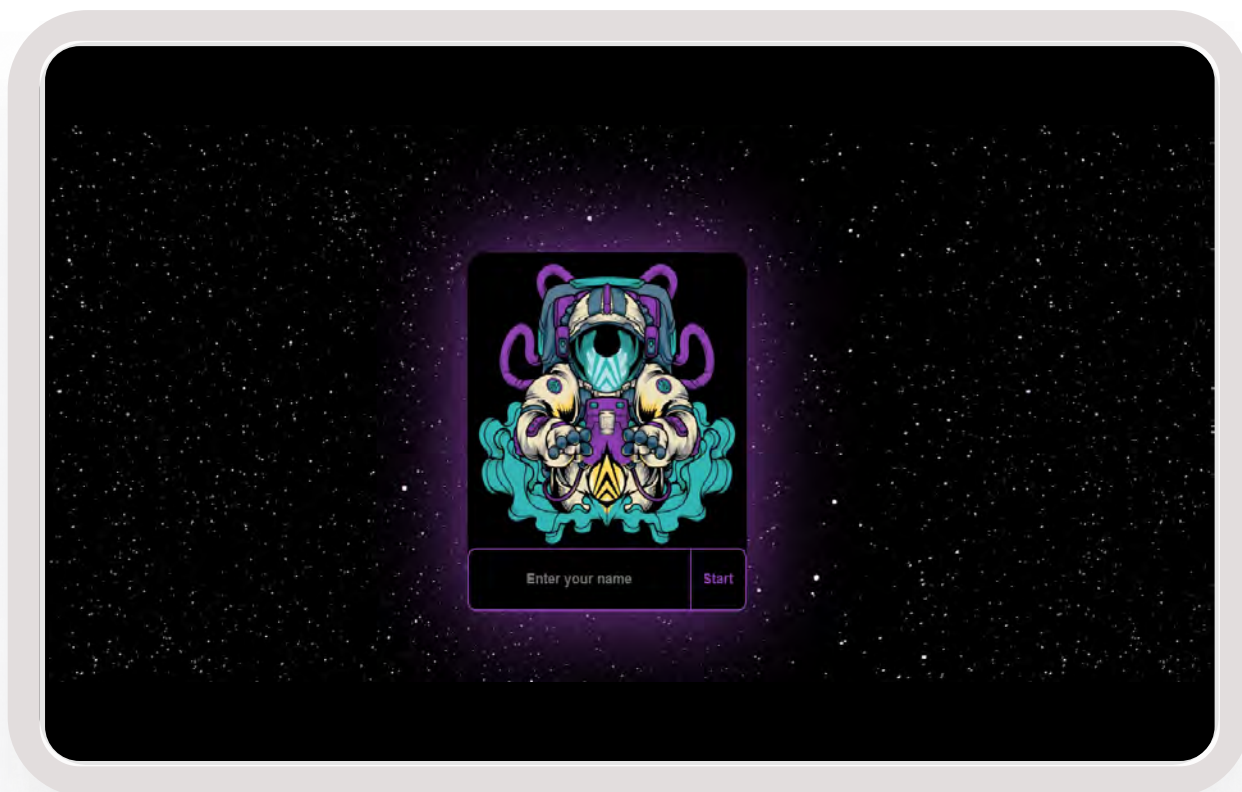
Nowi pracownicy deklarowali, dzięki grze, niższy poziom stresu związany z przystosowaniem się do oczekiwań organizacji oraz szybszą aklimatyzację w kulturze organizacyjnej (tak odpowiedziało 50 proc. ankietowanych). Dla 87,5 proc. ankietowanych ważne było, że aplikacja zaprezentowała możliwości tworzenia oprogramowania dla wewnętrznych celów firmy.



Gra wzmocniła u nowych pracowników wagę wartości głoszonych przez organizację, dzięki czemu pracownik się z nimi szybciej identyfikował. (tak odpowiedziało 87,5 proc. ankietowanych). Nowi pracownicy deklarowali chęć polecenia organizacji jako potencjalnego pracodawcy (tak odpowiedziało 87,5 proc. ankietowanych).



Gra również spełniła cel podtrzymania zadowolenia z procesu wdrożenia (tak odpowiedziało 100 proc. ankietowanych).



CzekoSprawni



Ewa Cyzio

LOTTE Wedel Sp. z o.o.

Specjalistka HR w LOTTE Wedel Sp. z o.o

Z Wedlem związana od trzech lat, początkowo jako członkini Zespołu Rekrutacji. Od 2021 r. wspiera HR BP w działach komercyjnych oraz współprowadzi program #CzekoSprawni, dedykowany zwiększaniu zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami (OzN), a także edukacji w tym obszarze.

O FIRMIE LOTTE WEDEL:

LOTTE Wedel od 1851 roku tworzy produkty najwyższej jakości, dostarczając konsumentom przyjemność płynącą z intensywnego i głębokiego smaku czekolady. Przepisem na sukces Wedla są ludzie, czerpiący dumę z tworzenia polskiej marki słodczy.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Od lat ważnym elementem budowania różnorodności w LOTTE Wedel jest inkluzywne podejście do wszystkich grup narażonych na wykluczenie zawodowe, w tym osób z niepełnosprawnościami. W 2021 r. uruchomiliśmy długofalowy program CzekoSprawni, mający na celu zwiększenie zatrudnienia osób z niepełnosprawnościami (OzN) oraz edukację w tym obszarze. W jego ramach podejmowane są różnorodne działania, które mają na celu szerokie wsparcie OzN na rynku pracy.



PRZEBIEG PROJEKTU:

W ramach programu zrealizowaliśmy szereg działań m.in.: przeszkolono pracowników działu HR w zakresie prowadzenia rekrutacji z OzN. Zaktualizowano ogłoszenia rekrutacyjne, rozpoczęto publikację ogłoszeń na portalu sprawniowpracy.pl oraz nawiązano współpracę z czterema podmiotami zajmującymi się aktywizacją OzN. Zaktualizowano informacje o programie w zakładce www.wedel.pl/Kariera, dostosowano stronę internetową Wedla do standardów tworzenia dostępnych stron internetowych tj. WCAG 2.1 na poziomie AA w 86 proc. (przed zmianami było to 62 proc.). Na tym nie koniec, bo część budynku biurowego została dostosowana do potrzeb OzN.

W ramach projektu:

- przygotowano proces zatrudnienia telepracowników od złożenia oferty do wdrożenia w obowiązki,
- OzN są wspierane przed i w trakcie zatrudnienia przez Specjalistkę Wsparcia Osób z Niepełnosprawnościami, które to stanowisko specjalnie w tym celu zostało utworzone,
- prowadzone są cykliczne szkolenia z komunikacji z OzN,
- uruchomiono badanie monitorujące zatrudnienie OzN w firmie,
- stworzono dedykowaną przestrzeń na wewnętrznej platformie internetowej z przydatnymi informacjami odnośnie całego programu, jak i samych potrzeb/uprawnień OzN.

W ramach projektu edukowane jest środowisko osób z niepełnosprawnościami, jak również inni pracodawcy (w formie inspiracji) aby pokazać, że niepełnosprawność to nie ograniczenia, a możliwości.



REZULTATY PROJEKTU:

Choć osoby z niepełnosprawnościami współtworzą firmę Wedel od co najmniej kilkunastu lat, program CzekoSprawni wprowadził organizację na inny poziom relacji z OzN.

Każdy z etapów rekrutacji jest dostosowany do szczególnych potrzeb kandydatów z niepełnosprawnościami. Przykładem takich działań jest wysyłka dokumentów kadrowych drogą elektroniczną z możliwością edycji, dostarczana jest również zaadresowana koperta zwrotna, dzięki czemu osoba, która nie pisze ręcznie, ma możliwość uzupełnienia formularzy na komputerze i nie musi martwić się trudnościami w jej zaadresowaniu. Firma zapewnia również odbiór dokumentów z domu, aby ułatwić proces logistyczny OzN. W ramach onboardingu dołożono dwa elementy dedykowane pracownikom z niepełnosprawnościami. Pierwszy z nich to wprowadzenie do materiału o kulturze organizacyjnej elementów dobrych praktyk, wynikających z charakterystyki pracy w organizacji tak, aby nowi

pracownicy z niepełnosprawnościami łatwiej zaadaptowali się do pracy w warunkach korporacyjnych. Drugim elementem jest szkolenie z zagadnień kadrowych, które wyjaśnia aspekty prawne związane z pracą osób z niepełnosprawnościami.



W ciągu 1,5 roku trwania projektu trzykrotnie zwiększyliśmy odsetek zatrudnienia OzN w organizacji. Przeszkoliliśmy połowę zespołów, zatrudniających pracowników z niepełnosprawnościami w zakresie komunikacji a do końca marca 2023 r. planujemy przeszkolić drugą połowę. Prowadzimy regularne działania komunikacyjne zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz organizacji.

Kultura organizacyjna oparta na wartościach



Ewelina Dądela-Pietrzak

Zakład Produkcji Spożywczej Jamar Szczepaniak Sp.j

Specjalistka w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi

Od kilku lat zajmuje się działaniami związanymi z pozyskiwaniem pracowników, procesem onboardingu i offboardingu, tworzeniem inicjatyw budujących kulturę firmy. Absolwentka Inżynierii Produkcji.



O FIRMIE ZAKŁAD PRODUKCJI SPOŻYWCZEJ JAMAR SZCZEPANIAK:

Firma jest uznanym w Polsce i Europie producentem przetworów warzywnych i owocowych. Od samego początku firma stawia na jakość i naturalny smak produktów. Bogate doświadczenie rynkowe pozwala im każdego dnia odpowiadać na zmieniające się potrzeby konsumentów.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu było wdrożenie wartości firmowych jako drogowskazów kształtujących kulturę organizacyjną i kulturę pracy. Założenie to wyposażenie pracowników w wiedzę jak postępować, aby realizować cele biznesowe w oparciu o wspólnie wypracowany katalog zachowań i postaw Jamar, na co zwrócić uwagę, co jest ważne dla osiągnięcia wyników biznesowych.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Pierwszym etapem projektu „Kultura organizacyjna oparta na wartościach” były warsztaty dla pracowników. Podczas warsztatów podjęto próbę oceny przez uczestników obowiązujących wtedy wartości pod kątem tego, jak są one rozumiane oraz czy pracownicy widzą przykłady ich realizacji w codziennej pracy całego zespołu.



W warsztatach wzięli udział przedstawiciele wszystkich obszarów biznesowych, co wówczas stanowiło 70 proc. zatrudnionych. Pracownicy opowiedzieli, z jakimi problemami borykają się na co dzień, co utrudnia im pracę, co ich rozczarowuje, a z czego są dumni. Wszystkie te informacje dały obraz tematów i obszarów, które wymagały udoskonalenia.

Po przeanalizowaniu wyników została ustalona ostateczna grupa wartości - nazwane filarami: **Klient, Pracownik, Partner Biznesowy, Środowisko, Produkt, Marka.**

Wartości firmowe Jamar to:

WSPÓŁPRACA

i szacunek określają styl działania

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

oznacza zaangażowanie

JAKOŚĆ

pracownicy naturalnie o nią dbają

ROZWÓJ

poprzez elastyczność i doskonalenie

PASJA I ZAANGAŻOWANIE

Kolejnym etapem było definiowanie wartości oraz filarów pod kątem ich rozumienia, oraz tego jak wygląda ich definicja z punktu widzenia celów strategicznych. Wrzesień i październik 2021 to czas trwania intensywnych prac nad wdrożeniem wartości.

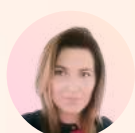
Kadra menadżerska podjęła się pracy ze swoimi zespołami nad przełożeniem wartości firmowych na konkretne zachowania w pracy. W wyniku tych prac powstał katalog zachowań i postaw w oparciu o wartości Jamar. Obecnie realizowany jest harmonogram inicjatyw, których celem jest promowanie wartości na co dzień i tego co za sobą niosą.



REZULTATY PROJEKTU:

Rezultatem wprowadzenia wspólnych wartości. jest budowanie kultury organizacyjnej firmy, zapoznanie pracowników z celami i wizją firmy m.in. poprzez pokazanie wspólnie wypracowanych i oczekiwanych zachowań i postaw.

Integracja 2.0 czyli onboarding skierowany na człowieka



Martyna Sałek-Krajowy

Auchan Polska Sp. z o.o.

Koordynator ds. Szkoleń i Rozwoju

Od ośmiu lat zarządza procesami HR w organizacji. Prekursor nowej idei funkcjonowania HR Biznes Partnera w ramach tzw. "Stref Życia" w Auchan. Lider, trener odpowiedzialny m.in. za wdrożenie projektu Integracja 2.0. oraz nowej formacji Terenowego Zespołu Szkoleń.



Agnieszka Pluta

Auchan Polska Sp. z o.o.

Specjalista ds. Szkoleń i Rozwoju

Trener wewnętrzny z 10-letnim doświadczeniem handlowym oraz z 5-letnim doświadczeniem w HR. Dzięki zdobytej wiedzy i doświadczeniu projekty, które tworzy i koordynuje, w pełni odpowiadają na potrzeby współpracowników. Opiekun procesu Integracja 2.0.



Mateusz Parzybót

Auchan Polska Sp. z o.o.

Manager Zasobów Ludzkich

Od ponad pięciu lat aktywnie działa w obszarze szkoleń i HR. Sympatyk nowych technologii wykorzystywanych w szeroko rozumianych Zasobach Ludzkich. Trener wewnętrzny z kilkuletnim doświadczeniem w sprzedaży oraz HR. Do działania i tworzenia inspirują go ludzie. Pomysłodawca projektu Integracja 2.0.

O FIRMIE AUCHAN:

Auchan Retail Polska prowadzi działalność handlową w 103 multi-formatowych sklepach tj. hipermarketach i supermarketach oraz w handlu elektronicznym poprzez stronę zakupy.auchan.pl. Jest firmą o francuskich korzeniach, działa w Polsce od 1996 r.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu jest ustandaryzowanie procesu onboardingu, aby niezależnie od stanowiska czy miejsca zatrudnienia każdy poczuł się częścią zespołu Auchan Polska już od samego początku. Działania prowadzone były z naciskiem na niwelowanie stresu i obaw, które w naturalny sposób towarzyszą nowym pracownikom w pierwszych dniach pracy. Kluczowy był także równy start merytoryczny wszystkich nowych pracowników.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Punktem wyjścia było zbadanie opinii nowych pracowników na temat onboardingu. Odpowiedzią na ich potrzeby jest proces Integracja 2.0.

W skład procesu wchodzi następujące etapy:



rekrutacja (na tym etapie kandydaci otrzymują odpowiedzi na wszystkie pytania dotyczące firmy oraz informacje o zatrudnieniu i opiece - towarzyszu pierwszych tygodni pracy),



Pre onboarding - zaproszenie do odbioru dokumentów (na tym etapie wskazywana jest przewidywana data zatrudnienia),



OnBoarding:

- Pierwsze dwa dni - proces jest ogólnopolski w formule online, nowi pracownicy mogą poznać innych zatrudnianych współpracowników z różnych części Polski. Pierwszy dzień to szkolenia BHP, PPOŻ, Regulamin Pracy, prowadzony przez ekspertów w celu uzyskania standardu oraz jakości przekazywanej wiedzy. W drugim dniu trenerzy przekazują wiedzę o firmie, jej kulturze, strukturze, kanałach sprzedaży, ofercie, CSR, możliwościach rozwoju. Dodatkowo uczestnicy otrzymują pigułki wiedzy w formie fiszek informacyjnych. Na początku drugiego dnia pracy pracownicy otrzymują Welcome Pack (prezent z produktami marki własnej Auchan).
- Kolejne dwa tygodnie to praca wraz z opiekunem w oparciu o plan stażu.
- Następne trzy miesiące to kontynuacja procesu, pracownik stawia pierwsze samodzielne kroki, realizuje plan stażu częściowo pod okiem opiekuna oraz poznaje pracę zespołu.

Dodatkowym elementem jest Wirtualny asystent czyli pięć ustandaryzowanych maili (od 5 dnia zatrudnienia), które wysyłane są automatycznie do pracowników. Ich celem jest ugruntowanie zdobytej wiedzy. Ważnym elementem procesu są również ankiety badania satysfakcji, które nowi pracownicy otrzymują w 4 dniu od zatrudnienia oraz po 3 miesiącach pracy. Uzyskany feedback pozwala wdrażać działania korygujące.



REZULTATY PROJEKTU:

- Wdrożony proces Integracja 2.0 ustandaryzował działania na poziomie organizacji w takich obszarach jak rekrutacja, pre onboarding, onboarding.
- W efekcie działania doprowadziły do dużej oszczędności czasu oraz uproszczenie procesu zatrudnienia.
- Wdrożenie Integracji 2.0 spowodowało zmniejszenie ilości osób zaangażowanych do całego procesu zatrudnienia, co przekłada się na zmniejszenie kosztów zatrudnienia oraz możliwość relokacji czasu na rzecz innych procesów.

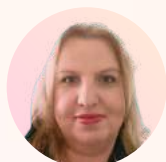


Przed wdrożeniem nowej odsłony procesu, przedstawiciele sklepu przeznaczali na szkolenia obligatoryjne w pierwszych dniach zatrudnienia 10h na jedno zatrudnienie. W założeniu przyjęto średnio 1 zatrudnienie w miesiącu. Dla 70 sklepów wielkopowierzchniowych czas potrzebny na jedno zatrudnienie to 700 godzin, co daje ok. 4.16 etatu/miesiąc i 50 etatów w skali roku.

Następnie porównano czas przeznaczany na szkolenia nowych pracowników po wdrożeniu nowej odsłony procesu Integracji 2.0. Uwzględniono czas pracy trenerów prowadzących szkolenia w formule online opierany na harmonogramie zatrudnień, który przewiduje możliwość zatrudnienia pracowników średnio 4 x m-c po 16h szkoleń. Przy takiej organizacji, na szkolenia z trenerami mogą łączyć się wszyscy nowo zatrudnieni w Polsce. Czas potrzebny na cztery zatrudnienia w miesiącu łącznie na poziomie Auchan Polska to 64h, co daje ok. 0,57 etatu/miesiąc i 6,8 etatu w skali roku.

Reasumując, wykazana oszczędność etatów na poziomie Auchan Polska w skali roku to 43,2 etaty. Po wdrożeniu nowego procesu, do tej pory największą liczbą nowych pracowników szkolonych jednocześnie to 140 osób.

Best in MS, Konkurs wspierający budowanie kultury feedback&recognition



Katarzyna Oleś

MS Services Sp z o.o.

HR Manager

Manager z wieloletnim doświadczeniem w HR. W MS Services pracuje ponad 9 lat. Ściśle współpracuje z zarządem spółki w zakresie polityki i projektów HR, doradza w zakresie budowania dobrych relacji pracowniczych i zarządzania procesami HR. Odpowiada również za rekrutację do projektów outsourcingu sprzedaży i działu wsparcia sprzedaży. Na co dzień uśmiechnięta i pełna pomysłów.

O FIRMIE MS SERVICES:

Firma świadczy usługi outsourcingu sprzedaży, merchandisingu, promocji i audytów. Wzrost biznesu zespół MS osiąga dzięki wdrażaniu innowacji technologicznych. Współpraca, feedback i docenianie pracowników składają się na sukces firmy i jej Klientów.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Cele projektu to przede wszystkim budowanie zaangażowania, kultury opartej na docenianiu pracowników, ale także dzielenie się wiedzą nt. najlepszych praktyk. Celem była także integracja rozproszonego zespołu, wzrost satysfakcji i zaangażowania pracowników oraz budowa większej identyfikacji z firmą ponad 3000 pracowników zatrudnionych w oparciu o umowę zlecenie. Zakładane minimum uczestników projektu to 50 osób.



PRZEBIEG PROJEKTU:



Punktem wyjścia były wyniki ankiety satysfakcji i zaangażowania, w której pracownicy wskazywali, że ich wysiłki nie zawsze są doceniane. Konkurs to formuła, która miała na celu zaangażowanie jak największej liczby osób z różnych działów do podzielenia się swoimi sukcesami.



Pierwszy etap to opracowanie regulaminu konkursu, wybór kategorii i kapituły konkursu (w skład weszli menedżerowie z różnych działów), przygotowanie strony www konkursu (wykonana we własnym zakresie).



Realizacja rozpoczęła się od ogłoszenia konkurs „Best in MS” na najlepsze projekty/inicjatywy zrealizowane w 2021 r., nastąpiło to w połowie roku.

Wykorzystane kanały komunikacji to: intranet, mail oraz sms. Nabór zgłoszeń trwał do lutego, a następnie odbyło się posiedzenie kapituły.

Na początku kwietnia zorganizowano Galę Przyznania Nagród Online via Teams, a wieczorem zaproszono kapitułę, laureatów oraz ich przełożonych na wspólną kolację do jednej z warszawskich restauracji.



REZULTATY PROJEKTU:

W konkursie wzięło udział 59 pracowników. Wzrost satysfakcji pracowników w obszarze doceniania osiągnięć, rok do roku, wzrósł o 11 proc.

Odnotowano także wzrost zaangażowania zespołu w rozwój firmy, w tym zleceniobiorców, aż 90 proc. zgłoszeń pochodziło od pracowników terenowych.

Wzrosło zaangażowanie i aktywność pracowników terenowych. Konkurs dał możliwość zaprezentowania ciekawych projektów, pomysłów na usprawnienia oraz fantastycznych osobowości. Stał się platformą do rozmów o tym, co jeszcze można wspólnie zrobić i które inicjatywy pracowników warto wspierać. Galę finałową konkursu śledziło online ok. 350 pracowników.

Firma planuje kolejną edycję konkursu, żeby wzmocnić kulturę doceniania i feedbacku w firmie i z roku na rok doceniać coraz więcej inicjatyw zgłaszanych przez pracowników.

IT MUM ACADEMY



Monika Kiliańska

Antal Sp. z o.o.

Team Manager zespołu IT

Posiada ponad 9 lat doświadczenia w rekrutacji. Przeprowadziła tysiące rozmów i spotkań z kandydatami, ekspertami branży IT. Od lat dzieli się wiedzą na temat polskiego rynku IT oraz dokonuje analiz. Jest partnerem technologicznym dla klientów i kandydatów. Realizuje projekty dla największych marek z branży.



Fabian Pietras

Antal Sp. z o.o.

Business Unit Director IT Services

Fabian dołączył do Antal w 2010 r. W 2015 r. rozwinął węgierską spółkę córkę Enloyd. W 2016 roku zajął się rozwojem dywizji Logistics & Construction oraz Oddziału Antal w Gdańsku. Obecnie pełni rolę dyrektora w dywizji IT Services. Odpowiada za rozwój na terenie EMEA w zakresie IT Permanent Placement oraz IT Contracting.



Marta Kozieł

Antal Sp. z o.o.

HR Projects Coordinator

Marta w Antal zajmuje się rekrutacją na wszystkie szczeble, onbaordingiem, szkoleniami (w tym również platformą e-learningową), projektami rozwojowymi dla ReX (Program Mentoringowy) oraz komunikacją wewnętrzną. Członek Polskiego Stowarzyszenia HRBP.

O FIRMIE ANTAL:

Antal jest liderem rekrutacji specjalistów i menedżerów oraz doradztwa HR. Marka Antal jest obecna w Polsce od 1996 roku. W ramach Grupy Antal funkcjonuje polska spółka, która powstała w 1996 roku oraz spółka otwarta w 2014 roku w Czechach i spółka Enloyd – na Węgrzech. Obecnie w Antal działa 10 dywizji rekrutacyjnych oraz zespoły doradzające firmom w zakresie oceny i rozwoju pracowników, employer branding oraz analiz rynkowych. W 2018 roku uruchomiono również dwie innowacyjne usługi: platformę dla freelancerów – REX oraz Agencję Pracy Robotów.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Antal jako firma rekrutacyjna stawia sobie za cel zmobilizowanie i wsparcie mam w powrocie na rynek pracy. Natomiast jako organizacja doradcza chce pomóc w zbudowaniu wizerunku profesjonalisty – personal branding. To czego mamy boją się przy powrocie do pracy to brak możliwości łączenia opieki nad dzieckiem z pracą, w sposób, jaki by chciały (69,4 proc.) oraz trudności logistycznych (51,7 proc.) według raportu "Macierzyństwo a aktywność zawodowa". W tej sytuacji Antal stworzył program z takimi warunkami, jakich właśnie potrzebują. Elastyczne godziny i praca zdalna to tylko jedne z wielu plusów Antal IT Mum Academy. Młode mamy dzięki IT Mum Academy zyskują okazję do przebranżowienia się na profesjonalne Headhunterki branży IT i mają możliwość łączenia obowiązków zawodowych z opieką nad dzieckiem.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Program został skierowany do mam, które:



szukają dodatkowego zajęcia 3-4 h dziennie (lub więcej),

- chcą pracować zdalnie i lubią rozmawiać przez telefon,
- bardzo dobrze poruszają się po internecie,
- cenią sobie elastyczne godziny pracy, ponieważ mając dzieci wiedzą, że takiej elastyczności nie da się przecenić,
- są zainteresowane pracą zdalną, a gdy będą chciały pracować z biura to znajdą zawsze w Antal przestrzeń do swobodnej pracy,
- chcą być wynagradzane za efekty swojej pracy,
- byłyby w przyszłości zainteresowane pracą na pełen etat - jeżeli tylko zechcą.

Dla przyszłych rekrutek Antal przygotował tygodniowe szkolenie (4h dziennie). Każda mama otrzymała swojego mentora, z którym pracowała przez pierwsze tygodnie w formule zdalnej. Na czas szkolenia zapewniona została opieka dla dziecka, aby wkraczająca do branży IT rekruterka mogła poświęcić się zdobywaniu wiedzy.



REZULTATY PROJEKTU:

Na wszystkie edycje IT Mum Academy aplikowało łącznie 240 mam, z czego Antal do rozmów zaprosił 42 mamy. Program IT Mum Adcademy rozpoczęło 15 mam. Rentowność projektu wyniosła 346 procent.

Odbyły się już trzy edycje IT Mum:

- **I edycja (10 styczeń 2022)**
Lokalizacja: Warszawa
3 Mamy rozpoczęły Program, obecnie jedna Mama nadal w Programie
- **II edycja (21 luty 2022)**
Lokalizacja: Warszawa

4 Mamy rozpoczęły Program, obecnie: 2 Mamy przeszły/przechodzą na etat Konsultanta IT (od czerwca oraz od września)

III edycja (9 maj 2022)

Lokalizacja: Warszawa (2), Kraków (2), Gdańsk (1)

5 Mam rozpoczęło Program, obecnie 1 Mama przechodzi na etat Konsultanta, 3 nadal w Programie

IV edycja (10 października 2022)

Lokalizacja Kraków.

Kolejne 3 mamy rozpoczęły program.

Rozwój kapitału ludzkiego i zarządzanie różnorodnością stanowi dla Antal kluczowy aspekt zarządzania i jest podstawowym elementem strategii Antal. Promowanie równych szans i budowanie miejsc pracy, w których wszyscy mogą w pełni wykorzystać swój potencjał, to jeden z priorytetowych elementów społecznego zaangażowania firmy. Dążąc do rozwoju gospodarki i społeczeństwa, poprzez ten program organizacja chce odblokować ukryte zasoby młodych mam i zwiększyć ich szanse na zatrudnienie. Miara sukcesu programu jest rekrutacja bez uprzedzeń, nastawiona przede wszystkim na kompetencję.

Profile Exchange



Izabela Galus

Avenga IT Professionals Sp. z o.o.

Talent&HR Manager w Avenga IT Professionals Sp. z o.o.

Ponad 10 lat w roli rekrutera IT nauczyło ją wiele o budowaniu relacji z ludźmi. Dlatego doskonale odnajduje się w zespole HR, gdzie może realizować projekty skierowane do koleżanek i kolegów w Avenga. Najlepiej czuje się w zadaniach wymagających kreatywności i dających możliwość zaangażowania większej grupy - wtedy wie, że robi coś, co naprawdę ma znaczenie.



Sandra Majewska

Avenga IT Professionals Sp. z o.o.

Junior HR Specialist w Avenga IT Professionals Sp. z o.o.

W organizacji Avenga pracuje od czterech lat. Na co dzień, razem z zespołem HR, zajmuje się realizacją projektów skierowanych do pracowników, co daje poczucie realizacji misji. W swojej pracy najbardziej lubi brak monotonii oraz możliwość wykazania się kreatywnością przy realizowanych zadaniach.

O FIRMIE AVENGA:

To zespół ponad 2500 profesjonalistów z całego świata. Posiadają 20 lat doświadczenia w realizacji projektów IT i transformacji cyfrowej. Na co dzień współpracuje z globalnymi markami, jak i start-upami. Zaufały jej setki firm, z różnorodnych branż. Od bankowości, poprzez e-commerce a na automotive kończąc.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Cel projektu to przede wszystkim lepsze zrozumienie celów biznesowych organizacji, realizowanych przez poszczególne działy i zespoły. Poznanie sposobu funkcjonowania firmy z praktycznego punktu widzenia z perspektywy pracownika, ale także integracja wszystkich pracowników, którzy pracują w różnych działach i lokalizacjach. Zwiększenie zaangażowania pracowników, zachęcenie do wyjścia poza schemat codziennych obowiązków.

Zakładano dobrowolny udział pracowników, jak i całych zespołów w inicjatywie "wymiany wakacyjnej", która umożliwiała pracownikom zaangażowania się w trakcie dwóch dni wymiany w obowiązki wybranego pracownika, czy zespołu. Stworzenie społeczności uczestników wymiany na specjalnie przygotowanym czacie, gdzie mogą wymieniać się spostrzeżeniami i wrażeniami.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Projekt składał się z 6 etapów.



Pierwszy zakładał zakomunikowanie liderom zespołów idei wymiany międzyzespołowej, a następnie zebranie informacji, które z zespołów są chętne, by przyjąć na dwa dni "gościa".

Kolejny krokiem w tym etapie było zebranie od zgłoszonych zespołów opisów ich codziennych zadań, by stworzyć "wizytówki". Zwieńczeniem tego etapu było przygotowanie witryny internetowej, która zawierała zasady uczestnictwa w projekcie, "wizytówki" zgłoszonych zespołów oraz formularz zgłoszeniowy.

Drugi etap zakładał wysłanie komunikacji mailowej do pracowników z informacją o starcie projektu. Uczestnicy mieli czas na zapoznanie się z zasadami i wizytówkami zespołów.

Trzeci etap zakładał przyjmowanie zgłoszeń, który trwał tydzień. Zgłosiło się 33 pracowników.

Kolejny etap to przydzielenie zgłoszonych osób do poszczególnych zespołów, a następnie wysłanie komunikacji mailowej, zawierającej informację o osobach przydzielonych do wymiany i zespołach, które będą ich przyjmować.

Piątym etapem była wymiana między zespołami, która odbywała się w ciągu dwóch wakacyjnych miesięcy: lipca i sierpnia (uczestnicy sami między sobą ustalali dokładny termin wymiany) oraz utworzenie kanału na czacie firmowym, służącym do wymiany wrażeń i zdjęć ze specjalnie przygotowanymi do tego celu foto ramkami, promującymi projekt.

Ostatni etap zakładał przeprowadzenie ankiety ewaluacyjnej po zakończonym projekcie.



REZULTATY PROJEKTU:

Projekt w 100 proc. odpowiadał na ustalone cele i założenia. Chęć przyjęcia innych pracowników zadeklarowało 99 proc. zespołów. Wymiana była nie tylko "delegacją" do innego zespołu, ale także przestrzenią do rozmów, co sprzyjało osiągnięciu zamierzonych rezultatów.



100 proc. osób, które wzięły udział w ankiecie, stwierdziło, że projekt był zgodny z ich pierwotnymi oczekiwaniami. Projekt przybliżył uczestnikom funkcjonowanie firmy od strony biznesowej. Pozwolił na zmierzenie się z zadaniami, których na co dzień nie wykonują oraz na poznanie ich blasków i cieni, co potwierdziło 63 proc. ankietowanych. Uczestnicy poznali przebieg różnych procesów w firmie, o których do tej pory nie wiedzieli. Zdobyli dodatkową wiedzę z zakresu, którym się interesują. Wpłynął na zmianę dotychczasowych przekonań na temat pracy danego zespołu, zadań, jakie wykonują.



Pozwolił na zmianę perspektywy i bliższe poznanie osób, z którymi ma się kontakt wyłącznie online, co z kolei przyczyniło się do integracji zespołów, które nie mają ze sobą na co dzień kontaktu osobistego - ten aspekt wpływu wymiany podkreśliło 26 proc. ankietowanych.

Rozwijaj się na ul. Rozwojowej!



Małgorzata Bieniaszewska

MB Pneumatyka Sp. z o.o.

Właścicielka MB Pneumatyka

Absolwentka psychologii Uniwersytetu SWPS oraz filologii języka angielskiego na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu. Businesswoman i przedsiębiorczyni z 20-letnim doświadczeniem. Ceniona ekspertka występująca publicznie w tematyce mentoringu, przywództwa i zarządzania zespołem. W 2020 roku znalazła się na liście 100 Kobiet Roku Forbes Women. Wykładowczyni na Politechnice Gdańskiej i Akademii Leona Koźmińskiego.

O FIRMIE MB PNEUMATYKA:

MB Pneumatyka to jedyny w Polsce i jeden z czterech wiodących producentów złączy do pneumatycznych układów w pojazdach użytkowych powyżej 3,5 tony. Innowacyjne rozwiązania firmy przyczyniają się do poprawy bezpieczeństwa transportu w wymiarze globalnym.



CELE I ZAŁOŻENIA:

Celem projektu był i jest ciągły rozwój kompetencji menadżerskich wszystkich liderów w organizacji, zarówno liniowych na produkcji, jak i kadry wyższego szczebla. Narzędziem do jego osiągnięcia było stworzenie programu indywidualnego rozwoju pracowników, który nie będzie sztapowym rozwiązaniem odgórnie założonej ścieżki kariery zawodowej przygotowanej przez dział HR. Dzięki temu organizacja nie tylko rozwija kompetencje indywidualne pracowników, ale równocześnie daje im wpływ i decyzyjność w jakim zakresie chcą się rozwijać, a później awansować. Takie działanie pozwala na utrzymanie wysokiego poziomu motywacji i zaangażowania pracowników, jak również podnosi wskaźnik retencji.



PRZEBIEG PROJEKTU:

Program „Rozwijaj się na Rozwojowej” składał się z kilku obszarów, które obejmowały:



Development Center wszystkich liderów organizacji (9 kierowników i 8 liderów liniowych) w zakresie kompetencji miękkich. Badanie to zostało przeprowadzone przez zewnętrzną firmę consultingową. Uzgodniono 6 kompetencji menadżerskich oczekiwanych w organizacji, które były przedmiotem badania, i które zostały zoperacjonalizowane wskaźnikami

behawioralnymi. A były to: przywództwo, organizacja pracy, motywowanie, skuteczna komunikacja, współpraca, radzenie sobie w sytuacjach stresujących.

- Przygotowano indywidualne raporty z badania, które zostały omówione z każdym pracownikiem indywidualnie, a następnie z zarządem. W nich zostały określone obszary do doskonalenia i kompetencje najbardziej istotne na danym stanowisku. Każdy uczestnik otrzymał indywidualny program rozwoju kompetencji wraz z sugestiami odpowiedniej formy rozwoju.

- Przeprowadzono cykl szkoleń, spotkań, sesji mentoringowych oraz coachingowych określonych dla każdego uczestnika. Średnio na jednego lidera przypadało 6-8 spotkań z coachem, 4-6 szkoleń grupowych, 2-3 szkolenia indywidualne, kilkutygodniowy mentoring w zależności od potrzeb pracownika.

- Po zakończeniu pierwszego etapu rozwoju kolejnym krokiem było opracowanie indywidualnych ścieżek rozwoju kariery zawodowej.

- Następnie liderzy opracowali program szkolenia pracowników podległych, który został omówiony i uzgodniony z zainteresowanymi. Skupiał się on głównie na kompetencjach twardych operatorów maszyn numerycznych. W ślad za tym wyłoniono wśród załogi trenerów wewnętrznych w organizacji, którzy mieli prowadzić szkolenia z tego zakresu.

- Kolejnym etapem było szkolenie z Teorii Ograniczeń przeprowadzone przez firmę zewnętrzną. Było ono wynikiem przeprowadzonego programu, który w całości został oparty o potrzeby indywidualne, ale także zespołowe. Po przeprowadzeniu szkoleń na wszystkich szczeblach organizacji pojawiły się kolejne wnioski działań, które blokują organizację w rozwoju, a równocześnie powodują frustrację wśród załogi. Stąd zaproszenie do pracy warsztatowej trenera, który pomógł organizacji zdefiniować "wąskie gardła" powodujące zwiększony poziom frustracji, stresu, a co za tym obniżony poziom wydajności i efektywności pracy. Warsztaty trwały 6 miesięcy w interwałach co dwa tygodnie. Efektem było ułożenie

- i usprawnienie wewnętrznych procesów w organizacji, a tym samym obniżenie stresu pracowników i zwiększenie ich wydajności i efektywności pracy.

- Powyższe działania zakończyły się ankietą zadowolenia pracownika. Poziom zadowolenia w obszarach: komunikacji, rozwoju indywidualnego, motywacji i zaangażowania wzrósł z 82 proc. do 95 proc. w obszarze produkcji oraz z 80 proc. do 97 proc. w obszarze administracji.



REZULTATY PROJEKTU:

- Dzięki realizacji projektu „Rozwijaj się na Rozwojowej” przede wszystkim usunięto braki kompetencyjne wśród załogi, co bezpośrednio przełożyło się na stopień realizacji planów produkcyjnych (z 75 proc. w 12.2021 do 100 proc. w 07.2022) oraz zespołową wydajność. Ponadto programy rozwojowe zostały zaprojektowane w taki sposób, by z jednej strony zmapować istniejące kompetencje wśród zespołu, jak i zdiagnozować indywidualne potrzeby pracowników.
- Stworzenie indywidualnych ścieżek rozwoju kariery zawodowej przez samych pracowników spowodowało zwiększenie poczucia przynależności do organizacji, otwartości na dzielenie się pomysłami.
- Z kolei efektem warsztatów z teorii ograniczeń było usystematyzowanie procesu identyfikowania „wąskich gardeł” w codziennej działalności oraz ich eliminacja w drodze dalszej pracy projektowej skupionej wokół danego problemu czy wyzwania.
- W trakcie warsztatów z Teorii Ograniczeń ustalono dalsze działania rozwojowe tj. stworzenie działu utrzymania ruchu, określenie niezbędnej ilości operatorów maszyn, wdrożenie metodyki SMED (Single Minute Exchange of Die) na kluczowych maszynach, zarządzanie portfelem klientów w sposób, który gwarantuje, że przyjmujemy odpowiednią liczbę zamówień.

- Program pozwolił też wyłonić wśród kadry osoby o potencjale szkoleniowo-trenerskim, które mogły zrealizować dodatkowe działania oraz podzielić się swoją wiedzą.
- Z kolei dzięki szkoleniom z partnerami zewnętrznymi pracownicy zdobyli nową, niedostępną wcześniej w organizacji wiedzę (np. z zakresu teorii ograniczeń), którą od momentu zakończenia projektów mogli wykorzystać w swojej codziennej pracy.
- Rozpoczęto również realizację ścieżek rozwoju dla przyszłych liderów liniowych, którzy wzięli udział zarówno w serii warsztatów z zakresu ustalania priorytetów działania, radzenia sobie w sytuacjach stresujących, przełamywania barier komunikacyjnych, motywowania pracowników, skutecznego przywództwa, jak i indywidualnych sesji coachingowych.

Innowacje wspierają HR

Dlaczego warto szukać nowych możliwości nawet dla tych dobrze działających narzędzi? Innowacyjne rozwiązania dodają biznesowi i społeczeństwu skrzydeł. Systemy ATS usprawniły pracę działów HR, ale mogą zrobić to jeszcze lepiej.

Inwestycja w technologię jest konieczna dla rozwijających się organizacji. Pracę każdego działu HR można usprawnić odpowiednimi narzędziami - systemy ATS zapewniają już wsparcie nie tylko w zakresie rekrutacji. Oprócz standardowych funkcjonalności, takich jak np. integracja z portalami ogłoszeniowymi i automatyczna komunikacja z kandydatami, ATS umożliwia przeprowadzanie bardziej skutecznych procesów HR. Kolejne pojawiające się w systemach moduły okazują się cennym wsparciem w codziennej pracy specjalistów HR, dzięki m.in. strukturyzowaniu procesów onboardingu czy wprowadzaniu poleceń pracowniczych.

Rekruter i AI to duet z potencjałem. Wykorzystanie algorytmów i sztucznej inteligencji w rekrutacji jest ważnym krokiem w kierunku usprawnienia pracy HR. Takie podejście do technologii pozwala na wdrażanie kolejnych innowacji do tej branży. W HRlink i Goldenline powstał TalentPool, łączący w sobie potencjał bazy kandydatów Goldenline z systemem ATS.

Po publikacji ogłoszenia w serwisie narzędzie dostarcza rekruterowi automatycznie wyszukanych kandydatów (ich dane osobowe są ukryte), których umiejętności najlepiej odpowiadają kryteriom zawartym w ogłoszeniu. Dzięki temu nie musi on poświęcać czasu na direct search w serwisie. System pozwala na zaproszenie wybranych osób do procesu rekrutacji.

Dlaczego takie rozwiązania mają przyszłość? Umożliwiają stworzenie precyzyjnych ogłoszeń, z którymi rekruter może dotrzeć zarówno do aktywnych (wysyłających swoje aplikacje), jak i biernych kandydatów. Zaletą takiego narzędzia jest nie tylko oszczędność czasu, ale również zapewnienie procesowi zgodności z RODO.



Bartosz Juruć

Specjalista ds. content marketingu w HRlink i Goldenline

Pasjonat tematyki HR. Zdobywa doświadczenie pracując z ekspertami rekrutacji i marketingu. Zwolennik pracy z nowymi technologiami, które ułatwiają wykonywanie codziennych zadań. Od strony technicznej wspiera webinary organizowane w HRlink i Goldenline.

Skąd biorą się innowacje w firmach?

Często wydaje nam się, że nasza firma jest innowacyjna, bo posiada w swojej ofercie innowacyjny produkt lub usługę. Czasem wydaje nam się, że nasza firma nie jest innowacyjna, bo sprzedaje produkty i usługi, które wszyscy dobrze znają, a do tego nie operujemy w branży nowych technologii. Czy naprawdę tak jest?

Jak sprawić, aby nasza firma była innowacyjna? W końcu w dzisiejszym świecie liczą się te firmy, które potrafią się wyróżnić na konkurencyjnym rynku zarówno globalnym jak lokalnym.

Zacznijmy od tego czym jest innowacja. Definicja ze słownika języka polskiego jest prosta: innowacja to wprowadzenie czegoś nowego. Czy musi to oznaczać nowy produkt, czy usługę, jaką sprzedaje nasza firma? Nie.

Pamiętając o tym, aby zacząć od początku, w firmie najważniejsi są ludzie, którzy ją tworzą. Niezależnie od tego czy to duża, czy mała struktura. Dlatego tak ważne jest budowanie zaangażowanego środowiska pracy. Badania jasno wskazują, że zaangażowani pracownicy aktywnie wspierają rozwój firmy, chętnie proponują innowacyjne usprawnienia, są szczęśliwsi nie tylko w pracy, ale również poza nią.

Na poczucie szczęścia wpływa poczucie sensu w pracy, obniżony poziom stresu czy pozytywne relacje i rozwój. Zaangażowani pracownicy rzadziej zmieniają pracodawcę. Jak budować angażujące środowisko pracy?

Najpierw trzeba wsłuchać się w potrzeby i opinie pracowników. I nie chodzi tu o zbieranie tzw. „listy życzeń”. Ważne jest, jak odpowiedzieć na bieżące potrzeby pracowników. Czasem mogą być one jedynie na poziomie emocjonalnym – w polskich firmach najczęściej pracownicy wskazują na brak docenienia (Zaangażowanie 2021.Raport. Enpulse -> <https://www.enpulse.eu/raport-zaangazowanie-2021>), czasem komunikacja nie jest dość inspirująca, aby zmotywować do działania a czasem brakuje wsparcia ze strony przełożonego. Skąd będziesz to wiedzieć, jeśli nie masz szczegółowych danych bezpośrednio od ludzi?

Praca z zaangażowaniem to ciągły proces, który powinien opierać się na danych. Chcesz, aby Twoja firma była innowacyjna? Daj pracownikom głos, nie bój się negatywnych informacji. Każda informacja uzyskana od pracownika to ważny głos w budowaniu zaangażowania.

People Innovation to wydarzenie, które pokazuje, że wewnętrzne innowacje te duże i te małe, istotnie wpływają na postrzeganie firm przez pracowników. Organizacje, które zgłosiły swoje projekty, wsłuchały się w głosy swoich pracowników i w odpowiedzi na ich potrzeby, wprowadziły projekty budujące angażujące środowisko pracy. Czy jest to trudne? Początkowo może się tak wydawać, ale ostatecznie łatwiej jest wdrażać projekty, których pracownicy oczekują, które współtworzą.



Magda Pietkiewicz

Prezes Zarządu firmy Zmotywowani.pl

Prezes Zarządu firmy Zmotywowani.pl, która jest właścicielem ENPULSE - innowacyjnej platformy do badania zaangażowania pracowników. To nowoczesne narzędzie zarówno na poziomie technologicznym, jak i zarządczym, pozwala klientom nie tylko porównywać wyniki, ale także precyzyjnie, w czasie rzeczywistym, wskazywać obszary i czynniki, które wymagają naprawy lub optymalizacji w zakresie zaangażowania pracowników.

Tworząc własne produkty, rozwijamy społeczność technologiczną



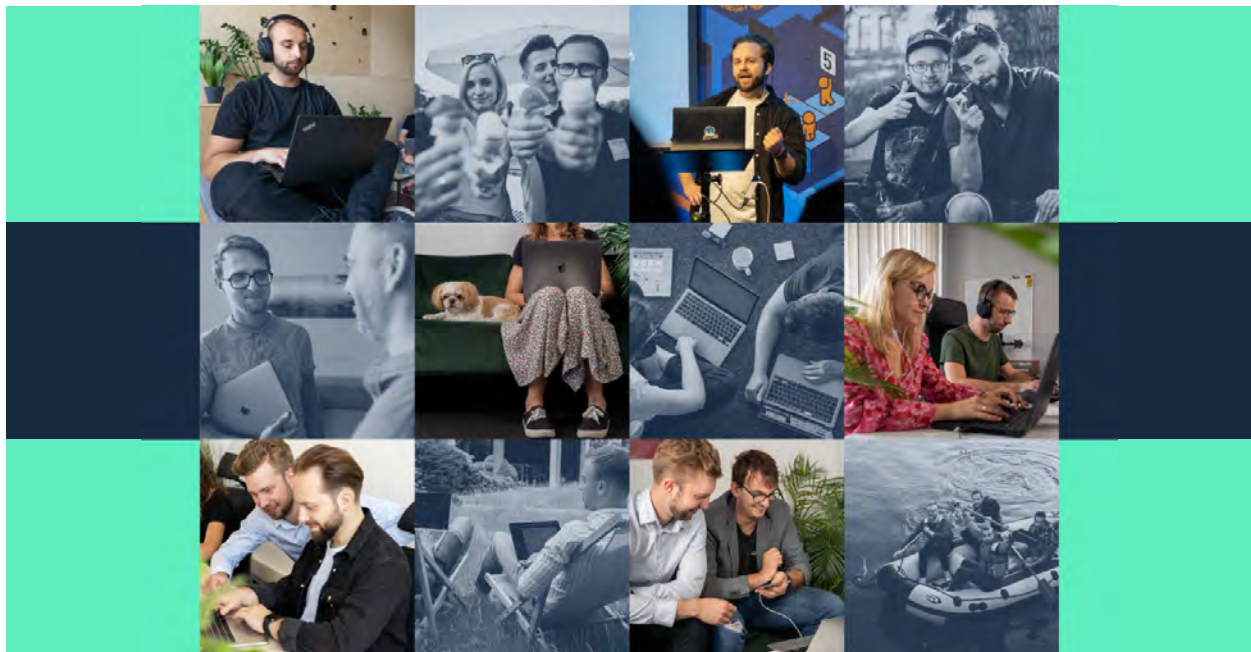
Jesteśmy polskim software housem z niemalże 25-letnim doświadczeniem. Mamy blisko 200 ekspertów różnych specjalizacji, pracujących dla klientów z całego świata. Współtworzymy _RST Group, które skupia spółki technologiczne tworzące i inwestujące w innowacyjne produkty, jesteśmy partnerem Camunda oraz AWS. Z pasji do technologii tworzymy użyteczne rzeczy, ponieważ wierzymy, że to właśnie technologią możemy polepszyć świat. Do tej pory zrealizowaliśmy ponad 100 projektów IT – polskich i zagranicznych. Jednocześnie rozwijamy własne produkty, wspierające efektywne tworzenie oprogramowania. Naszym kluczem do sukcesu są ludzie.



W co wierzymy?

Tworząc własne produkty, rozwijamy społeczność technologiczną. Taki cel nam przyświeca, dlatego decydując się na transformację w firmę produktową, wypracowaliśmy wizję, która w całości obrazuje nasze zaangażowanie i chęć do tworzenia produktów dla osób takich jak my, pasjonatów technologii. Część z nich udostępniamy na zasadach open source i w ten sposób tworzymy społeczność łączącą naszych developerów z developerami z całego świata.

Naszą siłą są fajni ludzie – zaangażowani i uważni na otaczający nas świat i innych ludzi. W pracy dbamy o dobre relacje i atmosferę. Łączą nas wspólne wartości – otwartość, współdziałanie, efektywność i zaangażowanie. Dzięki nim mamy pewność, że zmierzamy w tym samym kierunku.



Katarzyna Pachocka-Nowok

Vice President, COO RST Software Masters

Absolwentka wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Wrocławskiego. Swoje doświadczenie zawodowe wzmacniała edukacją podyplomową na Akademii Leona Koźmińskiego oraz ICAN Institute. Członkini Stowarzyszenia Profesjonalnych Mówczyń i Mówców. Obecnie pełni rolę Vice President in Charge of Operation w RST Software Masters. Pasjonatka talentów Instytutu Gallupa. W codziennej pracy słucha, inspiruje i eksperymentuje.

Wspomnienia Konferencji 2022

Gala Finałowa II edycji People Innovation odbyła się 18-go października 2022 roku. Na miejscu, w siedzibie Partnera wydarzenia RST Software Masters, pojawili się przedstawiciele firm, których projekty pojawiły się w finale, także członkowie Kapituły konkursowej oraz Prelegenci. W trakcie hybrydowej Konferencji odbyły się prezentacje finałowe, prelekcje, rozmowy dookoła sceny oraz warsztaty kulinarne. Poniżej prezentujemy relację z wydarzenia, poprzez którą mamy nadzieję, że i Wy poczujecie klimat i atmosferę, która panowała podczas Finału II edycji People Innovation.





Podziękowania

Cieszymy się niezmiennie, że dotarłeś/dotarłaś do tego miejsca, gdyż oznacza to, że za Tobą lektura niezwykle inspirującej wiedzy z obszaru kapitału ludzkiego. Liczymy na to, że przynajmniej część praktyk będzie dla Ciebie inspiracją do wdrożenia podobnych, lub zupełnie odmiennych, zmian w organizacji, w której pracujesz. Pragniemy podkreślić, że People Innovation to duży zespół ludzi, bez których nie byłoby tego wydarzenia. Im wszystkim należą się podziękowania, za to, że zdecydowali się nas wesprzeć w realizacji II edycji.

Słowa podziękowania kierujemy do ekipy SmartLunch Sp. z o.o. z CEO Mateuszem Tałpaszem na czele, który od dwóch lat wspiera pomysł ojca projektu Artura Dzięgielewskiego, wpływając na propagowanie dobrych praktyk w obszarze kapitału ludzkiego.

Dziękując nie należy zapominać o pracownikach SmartLunch, którzy czynnie zaangażowali się w realizację People Innovation: Zuzannie, Marcie, Dagmarze, Patrycji, Aleksandrze, Katarzynie i Agnieszce.

Ważną rolę w tegorocznej edycji odegrali również przedstawiciele naszego partnera RST Software Masters, którzy zadbali o to, by gala finałowa odbyła się w przyjaznej przestrzeni oraz przebiegła stacjonarnie i online na najwyższym poziomie.

Dziękujemy także wszystkim partnerom wydarzenia, fundatorom nagród, prelegentom-gościom, a także organizacjom, które zgłosiły projekt do konkursu.

Dziękujemy również kapitule konkursowej, która miała twardy orzech do zgryzienia podczas wyboru półfinalistów, a następnie finalistów, w składzie: Agata Pelc, Anna Władyczuk, Magda Pietkiewicz, Magdalena Czubaszek-Nowaczyk, Wojciech Wereszko, Arkadiusz Kuchto, Monika Woźnica.

E-book wieńczący tegoroczną edycję People Innovation nie jest końcem inicjatywy, gdyż stanowi zapowiedź kolejnej, już III edycji. Mimo iż to dopiero za rok, zdradzimy, że już poczyniliśmy pierwsze działania związane z jej organizacją. Teraz pozostaje nam już tylko zaprosić Cię do udziału w People Innovation 2023. Do zobaczenia!

Weź udział w III edycji People Innovation

Już w maju 2023 roku wystartują zgłoszenia do III edycji konkursu People Innovation. Wszystkie bieżące informacje znajdziesz na naszej stronie www.peopleinnovation.pl

Chcesz zostać Partnerem III edycji konkursu People Innovation? Napisz do nas na kontakt@peopleinnovation.pl, a na pewno znajdziemy wspólną przestrzeń do współpracy.



Partnerzy II edycji People Innovation

PARTNERZY STRATEGICZNI



PARTNERZY



dr Leonard Dajerling



SiMedia
Szymon Karwasz



TYGRYSY
BIZNESU

MY COMPANY POLSKA

Aventura
Adrian Stojewski



Personal **PowerON**



meet&grow



BluzUp

STRONA
Kadry



Zmiana .pl
Zawodowa

Prezentmarzeń



