

ПРАЗДНИК С КПД

ИССЛЕДОВАНИЯ ПОКАЗЫВАЮТ, ЧТО ПОВЫШЕНИЕ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА НА 5% ВЕДЕТ К ПРИРОСТУ ВЫРУЧКИ НА 3%. КОРПОРАТИВЫ МОГУТ БЫТЬ ДЕЙСТВЕННЫМ СПОСОБОМ НЕМАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ СОТРУДНИКОВ, ПОЭТОМУ ЭКСПЕРТЫ СОВЕТУЮТ ОСОЗНАННО ВЫБИРАТЬ ИХ ФОРМАТЫ И НЕ ЭКОНОМИТЬ НА ОРГАНИЗАЦИИ.

ВЛАДА ГАСНИКОВА

На промышленных предприятиях с высоким уровнем вовлеченности на 75% меньше дефектов и на 26% меньше сумма исков, связанных с безопасностью. Уровень удовлетворенности покупателей на 5% выше в магазинах, сотрудники которых отличаются высокими показателями вовлеченности, подсчитали аналитики Aon Hewitt, консалтингового и исследовательского подразделения по кадровому рынку компании Aon. И корпоратив — это один из способов повысить лояльность работников.

Как рассказывает директор по HR-проектам группы компаний RCG Элина Полухина, корпоративы становятся все более бизнес-ориентированными. Вовлеченность, лояльность и удовлетворенность персонала измеряют различными способами: от самостоятельно разработанных компанией анкет до признанных в мире методик. Самые известные среди них — Gallup и Aon Hewitt. Они выдают оцифрованные результаты и понимание, какие изменения стоит внести в HR-стратегию.

Создавая условия для реализации личных потребностей сотрудника (например, научиться профессионально петь, танцевать, фотографировать), работодатель повышает его удовлетворенность. «Если человек принимает активное участие в создании мероприятия, подходит творчески к его воплощению, а не просто пассивно наблюдает за происходящим, у него повышается вовлеченность. В итоге мы видим растущую лояльность, ведь каждому хочется работать в компании, где столько возможностей не только для профессионального развития, но и для личностного. Конечно же, в этом случае сотрудники с большим удовольствием будут делать все, чтобы любимая компания и дальше процветала. Будут от чистого сердца рекомендовать ее своим знакомым и незнакомым профессионалам. Прямое следствие — выполнение производственных планов, увеличение числа желающих попасть в компанию», — уверена Светлана Скольцова, руководитель управления по работе с персоналом компании «СКБ „Контур“». К тому же совместная подготовка мероприятия дает возможность познакомиться и даже подружиться коллегам из разных подразделений.

Здесь есть и возможность для руководства сделать важные наблюдения: в неформальной обстановке топ-менеджеры обращают внимание на сформировавшиеся круги общения внутри компании, замечают лидерские задатки сотрудников и умение подчиненных решать общие задачи, не связанные с рабочими инструкциями. «Проводя корпоратив, предоставьте возможность людям самостоятельно определять, как и с кем спланировать: коллективные игры, соперничество, просто отдых на природе — везде свои задачи и везде кто-то должен будет взять на себя

ответственность. Важно слышать и видеть все, от процесса подготовки к мероприятию до последующего его обсуждения», — советует коммерческий директор бизнес-портала «БиБосс» (BeBoss) Альберт Хамзин.

ЛОЖКА К ОБЕДУ Формат всегда зависит от цели мероприятия. «Нужно крепче привязать сотрудников к компании? Тогда подойдет „Семейный день“ с массовыми активностями. Если нужно интегрировать компании между собой, оптимальный вариант — командные несоревновательные тимбилдинги. Если необходимо познакомить сотрудников с продуктом, хороши квесты и официальные презентации», — говорит основатель проекта «Арт-Наука» Николай Новоселов. Директор по персоналу ГК Pure Татьяна Ковалева рекомендует поход в веревочный парк или проведение пейнтбольного турнира в периоды активного набора сотрудников — такие игры помогают новичкам интегрироваться в коллектив. Мотивационные мероприятия — это поощрительные поездки для лучших работников, мероприятия для детей сотрудников. Для укрепления корпоративной культуры и обучения сотрудников — тренинги, конференции, семинары, круглые столы, перечисляет директор по развитию продаж Upjet Travel Group Татьяна Конакова.

Генеральный директор рекламной группы «Успешные проекты» Илья Казарин выделяет два типа корпоративов: активный тимбилдинг в летнее время, направленный на сплочение и объединение коллектива, и новогодний праздник, у которого больше целей развлекательных. Господин Казарин не рекомендует экономить на коллективных мероприятиях. «Корпоратив — это еще и определенная форма поощрения: ребята, вы хорошо поработали, давайте теперь хорошо отдохнем. Если на выходе получается история „вы хорошо поработали, но не настолько, чтобы устроить вам нормальные развлечения“, значит, этот корпоратив вместо сплочения и объединения людей срывает в минус корпоративной культуре», — поясняет он.

Илья Казарин советует организаторам корпоративов уважительно относиться ко всему коллективу: когда для руководства накрывают отдельный стол с лучшим набором еды и напитков, разницу видит не только директор, но и все сотрудники компании. «Понятно, за чей счет банкет, но мы же делаем мотивационное мероприятие, заряжающее коллектив на весь год, где подводим итоги и задаем вектор развития на следующие годы. Поэтому думать нужно о людях: похвалить каждого человека за его вклад в развитие компании, дать возможность развлечься и почувствовать себя ценным специалистом», — говорит господин Казарин.

Эффективность проведенного мероприятия управляющий партнер PR-агент-

ства «Идеи & решения» Сергей Пархоменко оценивает по пяти параметрам: по количеству участников от полного числа сотрудников; по объему разрешенных «тлеющих конфликтов»; по количеству новичков в коллективе, с которыми команда перешла на «ты»; по уровню эмоционального подъема сотрудников и числу совместных активностей членов коллектива после корпоратива.

СЕМЕЙНЫЕ ТРАДИЦИИ Частота проведения корпоративов зависит исключительно от общей HR-стратегии на год, корпоративной культуры и утвержденного бюджета, но все-таки специалисты рекомендуют не пропускать Новый год и день рождения компании. Люди ценят, когда коллектив отмечает тематические профессиональные праздники, например День программиста или День социального работника. Каждая компания вправе заводить и собственные традиции и праздники, но сотрудники будут чувствовать их ценность, только если они органично появились и существуют в этой компании, а не поддерживаются искусственным образом.

Цены на организацию корпоратива варьируются в зависимости от наполнения

праздника. «Мероприятие для маленького коллектива из десяти человек может обойтись в 50–150 тыс. рублей. Для крупной компании из 500 человек — от 2,5 млн рублей. Заблуждение считать, что чем больше бюджет корпоратива, тем эффективнее он будет. Лучше провести бизнес-игру, инвестировать деньги в мобильный интернет для сотрудников, организовать совместную культурную программу, чем тратить баснословные суммы в десятки миллионов рублей на гонорары эстрадных звезд», — уверена основатель коммуникационного агентства PR Inc. Ольга Дашевская.

НЕТРИВИАЛЬНЫЙ РЕЦЕПТ BG попросил компании рассказать об интересных корпоративах, которые им доводилось устраивать. «Совсем недавно происходило слияние двух фармкомпаний, и, конечно, в структуре и работе офисных сотрудников происходили серьезные изменения, которые нужно было донести на цикловой конференции. Одним из инструментов донесения идей руководством был тимбилдинг, в ходе которого участники создавали пластилиновые мультфильмы. → 50

УСАДЬБА НА ЛАНСКОМ

Пр. Энгельса, 2

БИЗНЕС-КЛАСС
В ОКРУЖЕНИИ ПАРКОВ

ДОСТУПНАЯ
ИНФРАСТРУКТУРА

СОВРЕМЕННЫЕ
КОММУНИКАЦИИ

БЕСПРОЦЕНТНАЯ
РАССРОЧКА

ВСЕГО
207 КВАРТИР

БОЛЬШОЙ
ДВОР

СВОЙ ВЫХОД
В ПАРК

7(812) **703-52-00**
www.lanskoe.com

СЭР 19 лет
с Вами!

* При единовременной оплате в размере от 30% от стоимости квартиры предоставляется скидка на приобретение мебели, техники, бытовой техники и т.д. Размер скидки зависит от суммы оплаты. Подробности уточняйте у менеджера по телефону 703-52-00. С проектной декларацией можно ознакомиться на сайте www.lanskoe.com.

РЕКЛАМА