



Co všechno podnikají firmy ve snaze uspokojit zaměstnance

Firmy často bojují o to, aby si udržely své zaměstnance. Jednou z cest bývá i to, že se s nimi snaží lépe komunikovat a dosahovat toho, aby se zaměstnanci ve firmě cítili dobře a rovněž měli pocit, že o ně má firma zájem.

Velká poptávka po pracovnících v dělnických profesích přináší na středoevropském trhu práce specifickou situaci. Firmy se je snaží navzájem přetahovat a platy byly prvním

lákadlem, které, zejména velké společnosti, využily. Menší firmy ale hledají „smart“ řešení.

Digitalizovaná firemní nástěnka

Jak je známo z průzkumu spokojenosti zaměstnanců hlavním motivátorem a nejčastějším důvodem pro změnu zaměstnání jsou finance. Vedle výše mzdy se na spokojenosti zaměstnanců odráží i chování nadřízeného a stresová zátěž, tj. celková atmosféra v kolektivu.

„V práci jsem měl už delší dobu zavedeno, že denně zdravím každého kolegu podáním ruky. Většina zaměstnanců už je na to zvyklá, jen ti noví se tomu na začátku diví a zmiňují, že to dosud v žádné firmě nezažili. Komunikaci nejvyššího manažera se zaměstnanci přímo na pracovištích vidím jako klíčovou pomůcku k tomu, aby nedocházelo k odtržení vedení od reality. Aby se to nestalo i mně, chci mít zpětnou vazbu od zaměstnance, který dělá přímo v terénu,“ uvádí Anton Slobodin, statutární ředitel společnosti Kabelovna Kabex z Holýšova.

Vyřešení problémů, které jsou nejdůležitější z hlediska pracovníků, má pozitivní dopad jak na kvalitu a výkon, tak i bezpečnost práce. Když lidé vidí, že jejich návrhy jsou realizovány, přispívá to k jejich spokojenosti. Vidí, že jejich názor není jejich vedení lhostejný.

„Chyběl mi ale nástroj, kterým bych ve firmě rozšířil informace o konkrétních změnách, které realizujeme na různých úsecích, aby to v našem týmu vyvolalo pochopení, že se neustále rozvíjíme a že dané tempo musíme udržet. Pro Kabex je kriticky důležité být na špičce vývoje, jelikož sériovým výrobcům běžných kabelů nemůžeme cenově konkurovat – jsme na 100% zakázková výroba,“ říká Slobodin.

Klasickým způsobem zveřejnění informací v dnešní době už je firemní blog, ale vzhledem k obsahu plánovaných sdělení by to měl být blog přístupný pouze pro lidi z firmy.

„Rok jsem chodil s touto myšlenkou, ale řešení přišlo náhodou. Svěřil jsem se svému kolegovi a ten říkal, že jeho kamarád z Holýšova vyvíjí věc, kterou potřebuji. A tak jsme začali používat aplikaci JOBka, která má v sobě i funkci firemního blogu i s těmi výhodami, že se k němu každý zaměstnanec dostane na jedno kliknutí ze svého mobilu, je tam schránka důvěry a další užitečné funkce pro zlepšení komunikace v kolektivu,“ dodává Slobodin.

Billboardový duel v Holýšově

Na podzim 2019 v Holýšově jeden z trojice největších zaměstnavatelů v regionu, firma EvoBus, svařující karoserie pro autobusy, vyvěsila billboard, který s lehkou nadsázkou nabízí volná pracovní místa. Je na něm dáma s hrnkem kávy a text: „Máte doma šikovného chlapa? Pošlete ho pracovat k nám.“

O dva týdny později na to reagovala Kabelovna Kabex podobným billboardem, kde jiná dáma s kávou říká: „Můj chlap je šikovný a pracuje v Kabexu.“ Oba billboardy přitom stojí jen několik set metrů od sebe. Poté, co fotky obou billboardů sdílel na Facebooku místní starosta se rozproutila diskuze v podobné nadsázce, se kterou vznikly oba billboardy.

„Neměli jsme k dispozici deset billboardů, ale jen jeden, tak jsme přemýšleli, jak jej využít, aby naše sdělení oslovilo co nejvíce lidí. Tím, že jsme udělali vtípek, ve kterém jsme využili konkurenci, jsme upoutali velkou pozornost. Tenhle náš vnitropodnikový nápad považuji také za jedno ze „smart“ řešení,“ uzavírá Slobodin.

