

# HR zóna

## IV. téma – OD ÚSPOR KE STRATEGII ANEB KOMUNIKACE STÁVAJÍCÍCH OPATŘENÍ SMĚREM K TRHU PRÁCE

Zápis z 13.5.2020, 10:00

1. Úvod – Nora Haxhidautiová
2. Slovo převzal Vít Šnévajs (Adecco Česká Republika) – prezentace

- Opět nečekejte od prezentace přesný návod. Pan Šnévajs chtěl v prezentaci upozornit na co nezapomenout, nad čím se zamyslet a také uvedl svá doporučení, jak postupovat. Jak sám zmínil, k tématu a situaci obecně, přistupuje s pokorou.

- Do prezentace byl také zapojen Petr Bajer (senior interim HR manažer a konzultant) a Petr Mikšovič (SOVA NET, s.r.o a SOVA STUDIO, s.r.o.), kteří interaktivně doplňovali prezentaci svými zkušenostmi a myšlenkami.

Tento zápis je spojením konkrétních doporučení našich hostů a odkazy na určitou část videa, kde se na dané téma bavíme – dostáváme odpověď. Samozřejmě nechybí i všechny kladené dotazy, ať už Vás účastníků, tak i našich panelistů.

Přesto **opět doporučujeme** abyste si informace doplnili **shlednutím celého audio/video záznamu**. Pan Šnévajs svou prezentaci vedl od teorie k praxi a **je v ní důležitá návaznost, kterou byste mohli v zápisu postrádat.** 😊

**Obecná doporučení a zkušenosti zúčastněných speakerů:**

UVĚDOMĚNÍ SITUACE – je nutné si říci/uvědomit PROČ přistupujeme k úsporným opatřením a jakým způsobem (v jaké míře) v nich budeme pokračovat – je třeba mít PLÁN a také vytvořit ČASOVOU OSU KOMUNIKACE (interní i externí).

*Více ve videu: 0 h 45 m 27 s*

BERME SITUACI (pandemii) JAKO PŘÍLEŽITOST – nesmíme podlehnout zoufalství a musíme se této krizi postavit čelem a čerpat z ní to „dobré“. Co jsme odkládali, můžeme teď realizovat. Je příležitost také zmapovat trh, ať už z pohledu nezaměstnanosti nebo konkurence schopnosti a co se změní (očekávání).

*Více ve videu: 0 h 18 m 00 s*

CO BUDEME KOMUNIKOVAT? – opět platí zásadní pravidlo – Hlavně KOMUNIKOVAT (i to, že se zatím nic nemění).

Dále si ale musíme ujasnit, co budeme komunikovat interně, protože to se rovná komunikaci směrem k trhu práce. Musíme zaměstnance (i trh) udržet v „povozní teplotě“ aby věděli, že jsme stále tu a byly připraveni a schopni rychle komunikovat, reagovat a případně se „bez šoku“ vrátit zpět do normálního plného provozu.

KREATIVNÍ TIPY KOMUNIKAČNÍCH TÉMAT (OD NÁS I VÁS):

- Společné (online) snídaně
- Soutěž o nejdelsí karanténní vous
- Soutěž „kreativní rouška“
- Interní tréninky
- Sdílení karanténního jídelníčku
- Výhra karton piva korona
- Psychologická poradna, hodina týdně
- Soutěž „nejsnaživější zvířecí asistent“
- Neoriginálnější pracovní místo
- Nejlepší pracovní outfit

UDRŽUJTE KOMUNIKAČNÍ PERIODITU – pokud už aktivně komunikujeme s firmou či trhem, je třeba myslet na to, zda nasazenou laťku komunikace (aktuálně máme dostatek podnětů co komunikovat) dokážeme udržet i dlouhodobě. Myšleno tak, abychom po pandemii neukončili komunikaci, protože nemáme co komunikovat.

POMÁHEJME ZAMĚSTNANCŮM – ať už jakýmkoli způsobem dobrovolnictví, tak v případě propuštěných zaměstnanců – pomůžeme jim najít nové zaměstnání, sdílejme pracovní kapacity, atd... tímto vysíláme pozitivní zprávu na trh práce.

MYSLEME NA STRATEGII (I KOMUNIKAČNÍ) – teď následuje „restart“ a teprve se ukáže sekundární dopad této krize. Mysleme na to, že se i změní nákupní chování lidí. Proto je teď tak důležitá strategie společnosti, ale i ta komunikační a nesmíme si ji nechat pro sebe. Opět ji však komunikovat duplicitně (interní=externí komunikace). Tip na interní komunikační kanál – INTERNÍ VÝPLATNÍ PÁSKA. Prezentace strategie zvyšuje důvěru ve společnost.

JAK KOMUNIKOVAT INTERNĚ x EXTERNĚ – interně např. nástěnky, email, call, dopis, televize v prostorách, mobilní aplikace – promyšlený HR portál, ... Komunikace musí být oboustranná! Umožňeme zaměstnancům reagovat.

Externě pak např. PR články, online kanály, rozhovory se zaměstnanci, sdílení interních soutěží, ... Pozor na kontrolu nad interaktivními reakcemi (sociální sítě,...), mohou být i negativní.

*Více ve videu 0 h 34 m 47 s*

NEPŘERUŠIT KOMUNIKACI – *více ve videu: 0 h 44 m 23 s*

MÁME NA TO? – *více ve videu: 0 h 51 m 55 s*

### **V průběhu meetingu jsme Vám odpověděli na tyto otázky:**

Dělali jste aktuální průzkumy v rámci jednotlivých regionů? Víte, jak se situace mění?

- Ano, průzkumy děláme. Jsou zaměřené hlavně na pracovní pozice.
- *Více ve videu: 0 h 21 m 26 s*

Máte reálnou zkušenost, kdy management na základě tohoto výpočtu (představení výpočtu nákladů na nového zaměstnance – viz. Více informací ve video záznamu) změnil postoj a nepropouštěl?

- Ne se 100% úspěšností
- *Více ve videu: 0 h 59 m 12 s*

Mapy a průzkumy – Dokážete říct, jakých lokalit se pandemie dotkla nejvíce?

- Musíme to rozdělit do regionů a odvětví. Nejvíce však velká města a související aglomerace s orientováním na automobil.
- *Více ve videu: 1 h 1 min 16 s*

Jak v případě společností, kterých pandemie moc nedotkla, využít „dobrou situaci“ a jak to komunikovat externě? Mají dál šířit dobré jméno společnosti? Jsou k tomu nějaké kroky či doporučení?

- Je nutno říct, že nikdo nebyl připraven, je třeba jednat rychle = pozor na kontraproduktivitu, aby nebyla zpráva přetočena špatným směrem.
- Je možné tedy využít dobré finanční situace ke zdokonalení strategie komunikace se zaměstnanci a pak ji prezentovat navenek (např. nový HR portál) jako psychickou pomoc zaměstnancům.
- *Více ve videu: 1 h 02 m 54 s*

Řešili jste někdy dilema mezi nutností rychlého a jasného velení (zejména v počátku pandemie v ČR) a nutností udržet kulturní náladu a pozitivní přístup v komunikaci?

- Jsou to vlastně dvě otázky/věci – Je nutnost jasně zavelet, pak vysvětlit co děláme a proč a následně řešit komunikaci další.
- Nečekat!
- *Více ve videu: 1 h 8 m 01 s*

Co nejčastěji aktuálně řešíte? S čím se na Vás vaši kolegové nejčastěji obracejí?

- New normal – jak to teď bude vypadat, když se situace uvolňuje?
- Směřuje to k digitalizaci, můžeme dělat změny. Komunikujme vizi a budoucnost.
- *Více ve videu: 1 h 13 m 47 s*

*DĚKUJEME ZA ÚČAST A TĚŠÍME SE NA SETKÁNÍ U DALŠÍHO TÉMATU „JAK DOBRĚ PRODAT V DOBĚ KRIZE, CO JAKO FIRMA DĚLÁME! HR MARKETING V DOBĚ KRIZE – NOVÉ ŠANCE, MOŽNOSTI“.*

*ZA TÝM SOVA STUDIO A SOVA NET – PETR MIKŠOVIČ A NORA HAXHIDAUTOVÁ*

HOSTÉ:

*VÍT ŠNÉVAJS, PETR BAJER A PETR MIKŠOVIČ*