

Ghidul **Work-Life Balance** și performanța angajaților



WORK LIFE
BALANCE

3 Martie 2016



Ghidul
**Work-Life
Balance**
și performanța
angajaților

dynamic
Human Resources



Simona Nicolaescu, EMBA

Cuvânt înainte

În cele ce urmează, veți afla cum starea de echilibru dintre viața personală și cea profesională a devenit un concept întâlnit și acceptat de majoritatea managerilor din România, iar astăzi, cele mai multe companii implementează proiecte de succes pentru angajații lor, susținând elemente precum: nutriția, sportul, relaxarea sau implicarea în comunitate.

Din dorința de a face cunoscute aceste proiecte și oamenii din spatele acestora, am creat Gala companiilor implicate în viața angajaților săi, ajunsă anul acesta la ediția a V-a, unde an de an, premiem cele mai frumoase proiecte de wellbeing, menite să aducă armonie și satisfacție profesională angajaților.

Am premiat companiile care s-au implicat în viața angajaților săi, care au dedicat ore întregi planificării și implementării unor programe destinate îmbunătățirii echilibrului interior și performanței la locul de muncă, oferindu-le angajaților sentimentul de împlinire, de apartenență la grup.

Toate aceste proiecte au pus accentul pe unul dintre cele mai puternice elemente motivaționale în mediul de business contemporan: grija față de angajați.

Descoperiți în paginile care urmează companii conduse de manageri dedicați, echilibrați, deschiși către comunitate, ce au alocat resurse importante pentru a face posibile aceste programe de work-life balance.

Lectură plăcută!

Cuprins

Programe pentru angajați mai fericiți	5
WLB Audit	6
Organizatorul evenimentului – Săptămâna angajatului	7
People Development Project, Endava România	9
Telus Days of Giving, Telus International România	19
Salut, viață sănătoasă!, Holcim România	30
Medicover Runners, Medicover	40
Clubul MedLife, MedLife	50
Implică-te cu pasiune, fără tensiune!, Cetelem România	58
Wellness, HP România	65
rEAd, Electronic Arts România	75
Stare de bine la birou, ROHE România	83
Women in Gaming, Electronic Arts România	91
Punem suflet, zi de zi, în valorile noastre!, Up România	101

Programe pentru angajați mai fericiți

PE PLAN PERSONAL

Parenting - Părinții învață să descopere modalități noi de a gestiona emoția și relația cu copiii.

Stress management – Angajații descoperă tehnici de relaxare de impact și învață să gestioneze emoțiile negative pe care le au atât acasă cât și la locul de muncă.

Misiune și viziune personală – Angajații care au o misiune clară în viață vor fi mult mai determinați în ceea ce fac, prin acest program îi sprijinim să clarifice acest aspect din viața lor.

Dincolo de limite – Un program prin care angajații vor conștientiza că succesul și performanța pot fi obținute dacă îți folosești abilitățile la maxim.

Life coaching – O metodă de impact prin care oamenii sunt inspirați să devină ceea ce visează

PE PLAN PROFESIONAL

Time management – Peter Drucker spunea ca este mai important să rezolvi sarcinile care trebuie (eficacitate) decât să realizezi alte sarcini așa cum ar trebui (eficiență).

Energy management - O zi are doar 24 de ore iar resursele noastre de energie sunt limitate, însă depinde de noi cum dozăm energia pe parcursul unei zile pentru ca timpul să devină aliatul nostru.

Eficiență prin Comunicare – Un program activ prin care participanții identifică punctele de îmbunătățit în comunicarea proprie, folosind comunicarea asertivă, feedforward etc.

Puterea feedback-ului constructiv – Toți avem nevoie de recunoaștere și ne simțim privați dacă nu le primim. Angajații învață cum să primească și să ofere feedback constructiv.

Diferențe de personalitate – Când angajații înțeleg diferențele de personalitate dintre ei, atunci pot începe realmente să colaboreze eficient.

Gândire creativă – Angajații vor dezvolta abilitatea de a vedea o situație din mai multe puncte de vedere, se vor axa pe soluții, nu pe probleme.

WLB Audit

WLB Audit este un instrument dezvoltat de Dynamic Human Resources pentru a măsura echilibrul între viața profesională și cea personală în rândul angajaților. Credem că înainte de a dezvolta programe inovative și de impact pentru angajați este nevoie să aflăm care sunt nevoile reale din interiorul organizației.



WLB Audit implică următorii pași:

Diagnoza (folosind interviuri, sociograma, observații, chestionare etc.) cu ajutorul căreia va fi identificat statusul real al echipei, merit să confere o imagine asupra punctelor tari și a celor de îmbunătățit;

Urmărim următoarele aspecte la nivelul politicilor organizației:

- Politici cu privire la flexibilitatea programului de lucru;
- Politici cu privire la motivarea angajaților;
- Condiții de lucru.

Urmărim următoarele aspecte la nivelul angajaților:

- Nivelul de satisfacție al angajaților;
- Nivelul de stres al angajaților;
- Capacitatea de a-și gestiona corect timpul, emoțiile;
- Percepția cu privire la aprecierea personală în interiorul companiei;
- Nevoile angajaților pentru a atinge un echilibru între viața personală și cea profesională;
- Folosind rezultatele diagnozei identificăm arile care necesită îmbunătățiri.

Design-ul și implementarea unui program care vizează rezultate specifice:

- pe baza înțelegerii nevoilor angajaților și a companiei vom alege cea mai potrivită soluție astfel încât aceasta să producă rezultate măsurabile;
- formatul va depinde de rezultatele diagnozei, interesele și nevoile membrilor echipei.

Evaluarea impactului programului;

Sedințe de follow-up cu persoanele implicate în proiect.

ORGANIZATORUL EVENIMENTULUI SĂPTĂMÂNA ANGAJATULUI

Cu o experiență de peste 12 ani în training, Dynamic HR sprijină dezvoltarea angajaților, dezvoltarea competențelor și abilităților lor, astfel încât să se vadă diferența în indicatorii de performanță la nivel de business. Suntem specializați în livrarea de servicii de resurse umane cu impact la nivelul performanței individuale și organizaționale.

PROIECTE DE REFERINȚĂ

Organizarea anuală a Galei Work-Life Balance unde premiem de 5 ani companiile implicate în viața echilibrată a angajaților. Organizarea de proiecte originale de wellbeing la sediul companiilor: **Săptămâna angajatului**, **Pastila de răs** etc. Realizarea audiobook-ului **Tehnici de reducere a stresului**.



V-ați gândit la beneficii personalizate?

Pentru o companie este dificil să gestioneze 800 de nevoi dacă atâția angajați are și atunci oferă pachete de beneficii general valabile, însă statistic vorbind ele ori nu mai ajung să fie apreciate ori nu sunt folosite de marea majoritate. Am analizat situația într-o companie care oferea abonamente la săli de fitness și am observat că doar 10% din angajați ajungeau într-adevăr să le folosească. În acest sens, am creat *Săptămâna angajatului*, un program care să poată implica minim 80% din angajați, program în care angajații pot alege de ce anume să beneficieze și este 100% deductibil fiscal!

Săptămâna Angajatului

Rețeta unui program “ALTFEL” pentru angajați

Pasiunile dvs. se întâlnesc cu cele ale colegilor dvs. și proiectele inedite iau locul activităților de rutină. Un program prin care angajații pot alege la ce workshop-uri pot participa alături de colegii lor, chiar la locul de muncă.

Mod de preparare

Se amestecă cinci tematici cu multă distracție, muncă de echipă, implicare și creativitate.

Ingrediente

Alimente sănătoase, instrumente muzicale, aparate foto, hârtie colorată, paie și flori, sare, piper și râsete după gust.

Timp de pregătire

5 zile; astfel, se obține o săptămână în care vă bucurați alături de colegii dvs. de mâncare sănătoasă, de idei noi, de aprecieri, de pasiunile tale și de competiții amicale.

De ce?

Studiile au arătat că organizațiile care asigură un echilibru între viața personală și cea profesională atrag mai ușor angajații și îi rețin mai bine, scade absenteismul, relațiile dintre colegi sunt mai armonioase și există mai multă inițiativă din partea angajaților.

Durată 5 zile, 4 ore/zi.

Obiectiv

Îi ajutăm pe angajații dvs. să integreze mai bine conceputul de Work-Life Balance în propria viață.

Activități

5 tematici, distribuite pe 5 zile la care îi invităm pe angajații dumneavoastră să participe.

Rezultate

Participanții vor fi mai motivați pentru că vor alege acele activități care îi pasionează și în plus:

- Vor învăța cum să prepare rețete de mâncare sănătoasă.
- Vor afla proprietățile și beneficiile alimentelor utilizate la prepararea rețetelor.
- Vor exersa abilitățile creative.
- Vor utiliza abilitățile creative pentru a face din locul de muncă unul cât mai prietenos.
- Vor primi feedback de la colegii lor într-un cadru mai puțin formal.
- Vor fi încurajați să-și exprime aprecierea față de colegii lor și să dea feedback.
- Se vor relaxa participând la competiții amicale cu premii simbolice.
- Vor împărtăși cu colegii pasiunile comune.



ENDAVA
ROMÂNIA
People
Development
Project



Descrierea proiectului

People Development Project este un proiect care cuprinde toate activitățile cu scopul de a îi ajuta pe membrii Endava să obțină un echilibru work-life satisfăcător.

Endava există pentru a crea un mediu și o cultură propice succesului. Cum facem asta? Păsându-ne de clienții noștri ca indivizi și ajutându-ne angajații să devină cea mai bună versiune a lor. Promovăm o cultură a leadershipului, în care dezvoltarea profesională și personală se îmbină, astfel că investim în activități care să-i ajute pe oamenii noștri să obțină un echilibru între efortul depus la birou și efortul de a menține o viață privată satisfăcătoare.

Un exemplu în această direcție este GiANT - un program de leadership dezvoltat de GIANT Worldwide pornind de la principiul Know Yourself to Lead Yourself care oferă instrumente prin care fiecare persoană își poate îmbunătăți viața, învățând cum să se deconecteze de la birou și să se conecteze cu familia sa.

Programe, activități și evenimente de Work-Life Balance:

- Body: competiții sportive interne și externe - Swimathon, diverse crosuri, fotbal, volei, tenis, ping-pong, ciclism, ski;
- Mind: GiANT, TEDx, Pass It On, IT communities;
- Spirit: Dance Group, Endava Band, Școala Mobilă, Hobbies Week, Summer Logout, Bring Your Parents to Work Day.



Scopul și obiectivele proiectului

Scopul: Crearea unei culturi organizaționale centrate pe oameni, dezvoltare, împărtășirea ideilor, leadership și work-life balance.

Obiective:

- Îmbunătățirea soft skills
- Dezvoltarea continuă a abilităților de leadership
- Deschiderea către experiențe noi de învățare și dezvoltare personală și profesională
- Cultivarea pasiunilor
- Work-life balance
- Implicarea constantă în activități care promovează sănătatea, dezvoltarea profesională și implicarea în comunitate

Activitățile de people development sunt destinate creării unui context favorabil în care angajații să își urmeze pasiunile și să se dezvolte în diferite arii. Aceste activități au și rolul de a ajuta la creșterea coeziunii echipei, asemenea unui teambuilding, cu interacțiuni cât mai naturală, bazată pe interese comune, pe colaborare și progres. În aceste contexte se favorizează interacțiunea și se susține comunicarea eficientă, oferind în același timp oportunitatea descoperirii și explorării unor noi pasiuni. Identificarea diferitelor puncte comune și colaborarea în alt context decât cel profesional, într-un cadru relaxat, constituie elemente importante în dezvoltarea relațiilor sănătoase și a echipei ca întreg.

Etapele implementării proiectului



Aproape toate proiectele au frecvență și continuitate. În implementarea lor, ținem cont atât de perioadă, cât și de tipul proiectului. Spre exemplu, competițiile sportive outdoor și indoor se desfășoară în funcție de sezon, iar activitățile de training și învățare au loc pe tot parcursul anului.

Pentru organizarea acestora există un plan, care facilitează și eficientizează acest proces și care cuprinde:

- activitățile pre-eveniment: necesar, parte legală, logistică, promovare, etc.;
- desfășurarea efectivă a evenimentului: asigurarea desfășurării în condiții optime, a respectării normelor și agendei;
- activități post-event: follow-up, feedback de la participanți, articole și promovare, evaluare impact.



Comunicarea și promovarea proiectului

În comunicarea tuturor inițiativelor de people development, folosim un mix de canale:

- **Online:** Facebook (pagina oficială Endava, paginile personale ale angajaților care sunt foarte implicați și iau inițiativa – în special ENGagers și Cool Commitees, care sunt responsabili de organizarea evenimentelor), email, newsletter intern.
- **Offline:** Postere, word-of-mouth, sesiuni Pass It On.

Modalitatea de comunicare și promovare a fiecărui eveniment este adaptată în funcție de tema sa și publicul căruia se adresează.

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

În echipa Endava, împărtășirea valorilor constituie unul dintre principalii determinanți ai implicării. Indiferent de rol, fiecare membru ia parte la diverse activități pe care le consideră interesante. Cultura organizațională este centrată pe nevoile și interesele membrilor și pe crearea unui context favorabil dezvoltării multilaterale a acestora.

Atenția și deschiderea față de ceea ce e relevant pentru membri, adaptarea activităților la aceste interese și la valorile comune fac ca implicarea să survină natural și să constituie o oportunitate de dezvoltare, atât pentru indivizi cât și pentru echipă.

Endava este o companie cu foarte puține straturi de management, ceea ce permite o comunicare naturală și rapidă. Pentru că toți aderă la o viziune comună, implicarea managementului nu este văzută ca o implicare aparte, pentru că ei reprezintă un grup unitar cu ceilalți colegi, iar echipa de People Development este atentă constant la nevoile colegilor și asigură facilitarea comunicării și a acțiunii asupra elementelor de interes.



Resursele alocate

În funcție de anumite criterii – recurența evenimentului, organizarea acestuia pentru prima dată, eveniment local sau regional, intern sau extern, dimensiunea acestuia etc, – putem avea o perioadă de timp care variază de la 3 săptămâni la 4 luni.

În fiecare an se discută și se prezintă către stakeholders un buget pentru activități de people development, prin urmare există o predicție și un tracking individual și consolidat pe costuri. În funcție de tipul de eveniment, acesta poate fi organizat de către echipa de People Development, apoi cu ajutorul echipei de recrutare, office managers, ENgagers Team, sau în parteneriat cu ONG-uri, asociații studențești, persoane fizice, companii sau instituții de învățământ. Multe dintre evenimente sunt organizate la inițiativa colegilor și aceștia se implică activ și voluntar în ele.



Sustenabilitatea proiectului

Sustenabilitatea proiectului este asigurată prin:

- Implicarea oamenilor din diferite discipline în organizarea evenimentelor;
- Contact permanent cu People Managers, care identifică nevoile de dezvoltare la nivel de echipă;
- Rotația oamenilor în organizarea evenimentelor – nu este o singură persoană care organizează an de an un tip de eveniment, ci ownerul se schimbă;
- Implicarea activă a membrilor ca inițiatori și/sau voluntari;
- Alegerea activităților în funcție de interesele și nevoile membrilor.



Multe dintre acțiunile și evenimentele care au loc devin ulterior tradiții și ajung să facă parte din cultura Endava. Sustenabilitatea este asigurată și de faptul că aceste acțiuni asigură coeziunea grupului și o dezvoltare continuă și diversificată.



Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Cea mai mare dificultate a fost menținerea unei diversități de activități care să acopere nevoile de dezvoltare și recreere, dar care să nu le răpească din timpul acordat task-urilor sau vieții personale.

Factorul temporal este și el foarte important datorită multitudinii de activități desfășurate. Adaptăm mereu acțiunile la moment pentru a nu crea senzația de saturație, care diminuează considerent implicarea și impactul.



Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?



Cele mai importante unități de măsură pentru impactul activităților din cadrul Endava sunt retenția, pe termen lung, și receptivitatea și implicarea membrilor, pe termen scurt. Impactul și nivelul de engagement sunt măsurate după fiecare proiect prin transmiterea unui survey dedicat acestuia și prin discuții cu angajații. Anual, angajații completează Endava Pulse, un survey cu rolul de a măsura satisfacția membrilor și impactul activităților de work-life balance.



TELUS Days of Giving



Descrierea proiectului

Proiectul TELUS Days of Giving face parte din campania anuală de voluntariat TELUS, aflată la cea de-a treia ediție în București, având drept beneficiari în anul 2013 și 2014 Centrele Sociale de Plasament "Pinocchio", respectiv "Cireșarii II". Pe 6 Iunie 2015, în cadrul inițiativei TELUS Days of Giving, peste 350 de voluntari, angajați ai companiei TELUS International Europe au renovat Școala nr. 136 din cartierul Ferentari al Capitalei. Contribuția companiei a constat în lucrări de reparație și zugrăvirea celor patru holuri ale școlii, în paralel cu repararea și zugrăvirea interiorului sălii de sport, precum și utilizarea laboratorului de informatică prin instalarea a 15 computere noi. În grădină s-au plantat puieți de arbori și arbuști, gard viu și plante agățătoare și s-a amenajat spațiul verde.



Filmul ce surprinde desfășurarea evenimentului, activitățile realizate de voluntari și rezultatul eforturilor de echipă poate fi vizualizat [aici](#).

Scopul și obiectivele proiectului

Astăzi, implicarea angajaților, activitățile de CSR și echilibrul work-life-balance sunt trei teme discutate de către organizațiile globale, astfel că un număr tot mai mare de companii au început să aplice o formulă de bază, însă cu un impact major: organizațiile care oferă atât comunității, precum și membrilor echipei, devin companii apreciate de către angajați, iar strategia noastră de CSR este menită să contribuie semnificativ la creșterea nivelului de engagement al echipei.

Prin intermediul programelor de Responsabilitate Socială pe care le susținem cu atâta pasiune și dedicare, oferim colegilor noștri posibilitatea de a își dedica timpul și energia pentru a îi ajuta pe cei mai puțin norocoși. Proiectul TELUS Days of Giving este modalitatea noastră a de arăta că ne pasă, iar împreună putem aduce schimbarea de care mulți au atâta nevoie.

Pentru inițiativa TELUS Days of Giving din București am stabilit ca obiectiv renovarea holurilor școlii și a scărilor, renovarea sălii de sport, dotarea unui laborator de informatică, precum și curățarea și amenajarea grădinii.

Ne dorim să continuăm promisiunea de a ne implica în comunitatea în care trăim și muncim prin derularea de proiecte cu un impact social major, astfel că începând cu anul 2015, am venit în întâmpinarea dorinței echipei noastre din Craiova de a se implica în comunitatea locală și am decis să organizăm un al doilea eveniment în Craiova.

Modul de abordare al relației cu membrii echipei este un indicator al implicării



companiei în activități de Responsabilitate Socială, iar noi considerăm că întâii beneficiari ai acestor inițiativă trebuie să fie proprii colegi, urmând să ne îndreptăm atenția apoi și către comunitate. Întreg personalul TELUS International este implicat în activități de voluntariat și tratați în mod egal, indiferent de funcția pe care o dețin pe scara ierarhică, fapt ce a contribuit considerabil la creșterea gradului de engagement.

Prin intermediul studiului anual numit Pulse Check, un instrument folosit la nivel internațional pentru măsurarea nivelului de engagement din cadrul unei organizații, urmărind rezultatele obținute, am observat că 83% din totalul angajaților TELUS International consideră că un factor important în alegerea angajatorului este stabilit de implicarea acestuia în activități de CSR. Mai mult, 95% din cei peste 700 de angajați, au afirmat că se simt mult mai implicați într-o companie ce le oferă oportunitatea de a face voluntariat. Subiectul pe larg este dezbătut [aici](#), în cadrul unei prezentări susținute de Gregoire Vigroux, Marketing Director TELUS International Europe, proiect inclus în programul de training and development, InSession.



Etapele implementării proiectului

Organizarea acțiunii a început pe data de 8 aprilie, cu 3 luni înainte de eveniment.

Punctual, echipa organizatorică a avut în vedere etapele de mai jos:

- Identificarea locației și confirmarea parteneriatului cu beneficiarii acțiunii, obținerea aprobărilor din partea Primăriei Sectorului 5 și Ministerului Învățământului;
- Evaluarea nevoilor existente în cadrul unității de învățământ;
- Identificarea partenerilor: companie construcții, companie furnizare echipament, furnizare apă și mâncare, transport, realizare video;
- Comunicare internă și promovare eveniment;
- Stabilire listă activități de renovare;
- Stabilire echipe voluntari și team-leaderi;
- Desfășurare eveniment.



Comunicarea și promovarea proiectului

Comunicarea și promovarea evenimentului au fost organizate după următorul calendar:

- Comunicare internă via email, teaser „Save the date” transmis către echipă;
- Invitație de înscriere la eveniment și detalierea activităților;
- Înscrierea voluntarilor prin intermediul unui Google form;
- Transmiterea invitațiilor către parteneri, clienți și oficialități;
- Lansarea campaniei pentru colectarea de cărți pentru dotarea bibliotecii școlare;
- Reminder înscriere voluntari;
- Promovare eveniment pe canalele proprii de social media;
- Transmitere video teaser și testimoniale ale voluntarilor participanți la edițiile anterioare;
- Email de mulțumire adresat celor care s-au implicat în campania de donare de cărți;
- Email pentru a comunica adresa locației, mijloacele de transport, detalii finale;
- Transmitere chestionar de evaluare;
- Postare articol pe blogul companiei;
- Distribuie [video eveniment](#) și fotografii pe social media. Clipul de prezentare al evenimentului a adunat în doar 4 luni de zile, peste 2000 de vizualizări.



Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Membrii echipei TELUS International Europe sunt implicați în diverse campanii umanitare derulate cu sprijinul companiei de-a lungul întregului an, astfel că fiecare eveniment din cadrul programelor de responsabilitate socială este așteptat cu nerăbdare, iar gradul de participare depășește 60% din totalul angajaților. Comunicarea și promovarea acțiunii se realizează prin campanii de emailing, teasere video, sesiuni de prezentări. Implicarea voluntarilor a venit de la sine, ca urmare a inițiativelor constante de CSR din ultimii ani.



Jeffrey Puritt, Președintele TELUS International și **Marylin Tyfting**, SVP & Chief Corporate Officer în cadrul TELUS International, au călătorit din Canada pentru a putea participa la acest eveniment deosebit, la care a fost prezentă o mare parte din echipa de top management din Europa, respectiv Xavier Marcenac, Președinte al TELUS International Europe, Yann Bidan, Country Manager TELUS International Europe România, Olga Marcenac Vicepreședinte Responsabil de Operațiuni. Din partea echipei de management din România au participat 8 din cei 10 manageri ce conduc operațiunile locale.

Resursele alocate

În cadrul TELUS Days of Giving în București, peste 350 de voluntari ai TELUS International Europe au investit energia și timpul lor liber, iar compania a alocat 35000€ pentru a îmbunătăți mediul de lucru și condițiile în care elevii învață și se joacă, reamenajând școala și spațiile anexe. În plus, voluntarii au contribuit cu donații personale ce au constat în cărți, haine, jucării și rechizite pentru copiii care învață acolo. Evenimentul a fost organizat în trei luni de zile de către o echipă formată din 5 specialiști din cadrul departamentelor de Marketing, Comunicare, Administrativ și Financiar.



Sustenabilitatea proiectului

Interesul membrilor echipei pentru implicarea în activități de voluntariat, prezența în număr foarte mare la evenimentele TELUS Days of Giving și implicarea constantă în diverse inițiative de responsabilitate socială, ne-au determinat să organizăm începând cu anul 2015, două evenimente anual, atât în București cât și în Craiova. În Septembrie 2015, în satul Sălcuța din județul Dolj a fost reamenajată o altă școală, acțiune la care au participat peste 100 de voluntari.



Video-ul evenimentului poate fi vizualizat [aici](#).

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Considerăm drept cea mai mare provocare în implementarea acestui proiect, implicarea autorităților locale și comunicarea anevoioasă cu instituțiile publice implicate.



Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Odată cu încheierea evenimentului, a fost transmis către toți participanții, un formular de feedback prin intermediul căruia am dorit să identificăm punctele tari și punctele slabe. Interpretarea rezultatelor a relevat faptul că 95% dintre colegii noștri își doresc să participe la edițiile viitoare ale proiectului, și tot atât de mulți au împărtășit cu familia și prietenii această inițiativă.

În cadrul TELUS International Europe, prin **engagement** înțelegem:

- Consolidarea spiritului de echipă;
- Dedicarea totală a membrilor echipei atât la nivel strategic cât și în implementare;
- Îmbunătățirea experienței de a fi membru al echipei TELUS International.

Astfel, analizăm gradul de engagement al echipei noastre printr-un studiu anual numit Pulse Check, un instrument folosit la nivel internațional și furnizat de Aeon Hewitt. Instrumentul ne ajută să studiem evoluția gradului de implicare de la an la an și să identificăm noi metode pentru a îmbunătăți atmosfera la locul de muncă. La nivel european, rata medie de satisfacție este de 56%, în timp ce TELUS International Europe România a înregistrat 72%.

Rezultatele impresionante din 2015 au arătat o creștere în ceea ce privește angajamentul, în special în următoarele domenii:

- Oportunități de dezvoltare și învățare - 76%
- Management - 81%
- Senior Management - 85%
- Echilibru între viața profesională și cea personală - 74%
- Activități de CSR - 86%
- Colegii - 84%



Holcim
România
Salut, viață
sănătoasă!

Descrierea proiectului

Proiectul **„Salut, viață sănătoasă!”** s-a desfășurat pe tot parcursul anului 2015 prin acțiuni specifice de promovare și încurajarea unui stil de viață sănătos.

Pentru că ne-am dorit un proiect cu impact real care să contribuie la schimbarea de atitudini și obiceiuri, ne-am focusat pe 2 direcții principale: mișcarea și alimentația. Fiecare dintre cele două teme a fost abordată atât din perspectivă teoretică - prin organizarea de întâlniri inspiraționale cu specialiști în domeniu, cât și din cea practică - prin susținerea implicării angajaților în activități concrete.

„Mișcarea înseamnă sănătate” a cuprins:

- Holcim Star Team (practicarea unui sport alături de colegi) – fiecare locație a avut desemnat un ambasador pentru tipul de sport practicat (alergare, bicicletă, tenis de masă);
- Echipa Holcim la Maratonul București – 18 angajați au alergat la una din cursele Maratonului din 2015;
- „Cum să te apuci de sport la o vârstă când alții renunță” – workshop inspirațional cu Lucian Mândruță



„Ingredientele unei vieți sănătoase” a cuprins:

- „Un stil de viață sănătos” – workshop inspirațional cu Carmen Brumă;
- „Smoothie Day” – toți angajații au primit smoothies, rețete și sfaturi despre beneficiile consumării acestora;
- „Cum să ai grijă de alimentația ta” – workshop inspirațional cu Cristi Mărgărit.

Scopul și obiectivele proiectului

Misiunea proiectului a fost de a contribui la bunăstarea și echilibrul sănătății și implicit al vieții angajaților noștri.

Obiectivele specifice pe care ne-am propus să le atingem au fost:

- Informarea angajaților cu privire la ce înseamnă obiceiuri de viață sănătoase;
- Conștientizarea importanței unui stil de viață sănătos;
- Însușirea de obiceiuri de viață sănătoase și găsirea echilibrului pentru menținerea acestora;
- Îmbunătățirea stării de bine prin obiceiuri alimentare sănătoase și practicarea unui sport.



Etapele implementării proiectului



Perioada de implementare a proiectului a fost ianuarie - decembrie 2015. După elaborarea conceptului și a planului concret de acțiuni am dat startul implementării conform calendarului de mai jos:

	2015											
	Ian.	Feb.	Mar.	Apr.	Mai	Iun.	Iul.	Aug.	Sept.	Oct.	Nov.	Dec.
Design și planificare proiect												
Dezvoltare și aprobare strategie												
Dezvoltare concept, design și producție materiale (postere, tricouri)												
Definire timeline implementare												
„Mișcarea înseamnă sănătate”												
Holcim Star Team												
Maratonul București												
Workshop Lucian Mîndruță												
„Ingredientele unei vieți sănătoase”												
Workshop Carmen Brumă												
Workshop Cristi Mărgărit												
Smoothie Day												

Comunicarea și promovarea proiectului

Atenția pe care o acordăm nutriției, la care adăugăm mișcare, sunt pârghiile pentru a ne asigura o stare mai bună de sănătate pe termen lung. Așadar, am susținut promovarea proiectului prin mesaje din partea membrilor echipei de management, vizualuri dedicate pentru fiecare eveniment și word-of-mouth.

Pentru comunicare am folosit următoarele canale: intranet local, eCards transmise via email, postere.



Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?



În campania „Salut viață sănătoasă!” s-au implicat atât manageri, cât și angajați. Am obținut implicarea tuturor prin activarea unor ambasadori ai campaniei astfel încât să servească drept catalizatori pentru colegii noștri din toate locațiile operaționale (fabricile și stațiile de betoane și agregate). Un rol important l-au avut membrii echipei de conducere care și-au asumat rolul de sponsori ai acestui proiect, prin implicare activă în toate activitățile organizate.



Resursele alocate

Pentru a implementa acest proiect am creat o strategie clară de comunicare internă și am desemnat persoane responsabile în fiecare locație (4 membri de proiect). Cu ajutorul lor am reușit să îi mobilizăm pe colegii noștri și astfel să creștem rata de participare la evenimente și să atingem rezultatele dorite. Bugetul estimativ alocat proiectului a fost de 10.000 euro.



Sustenabilitatea proiectului

Prin faptul că am ajuns la toți angajații din fiecare regiune în care avem operațiuni, am reușit să mobilizăm un număr important de susținători ai proiectului și să generăm un trend. Mai mult, pe termen lung ne dorim să transformăm această campanie într-o tradiție care să contribuie la integrarea culturii de sănătate și securitate în tot ceea ce facem. Datorită succesului obținut de proiectul „Salut, viață sănătoasă!” în anul 2015, am decis să continuăm anul acesta având ca obiectiv principal gestionarea stresului.



Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Implementarea în aproape 20 de locații operaționale la nivel național a proiectului „Salut, viață sănătoasă!” a reprezentat cea mai mare provocare. De asemenea, luând în calcul faptul că operăm într-un context industrial, comunicarea cu angajații care nu au acces la calculator a reprezentat o provocare, pe care am depășit-o cu ajutorul colegilor desemnați ambasadori ai proiectului.



Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Feedback-ul primit și implicarea angajaților ne-au convins să investim în continuare în această inițiativă și să transformăm „Salut, viață sănătoasă!” într-un proiect pe termen lung. Dar, cel mai satisfăcător rezultat al acestei investiții l-am obținut prin participarea colegilor noștri la cursele Maratonului București 2015 în număr dublu față de anul 2014.





MEDICOVER Runners

Descrierea proiectului

Alergatul a devenit un sport foarte apreciat în ultimii ani, cunoscând o creștere foarte mare odată cu mărirea numărului competițiilor și conștientizarea aspectelor pozitive generate de această activitate. Medicover Runners a apărut din pasiunea pentru sport și în special pentru alergare a mai multor angajați Medicover, crescând în decurs de un an de la o mână de alergători la peste 50 persoane pasionate.



Scopul și obiectivele proiectului

Medicover apreciază angajații pasionați de **sănătate** și de o viață trăită după principii. Ne-am dorit să adunăm la un loc mai multe persoane care să împartă aceeași pasiune (alergarea) și să dezvoltăm spiritul de echipă, dar și o modalitate prin care să reușim în echipă să ne cunoaștem mai bine, să petrecem timp de calitate împreună în afara serviciului.



Etapele implementării proiectului

1. Stabilirea formatului echipei Medicover Runners
2. Anunțarea înființării echipei la nivelul companiei și a programului de alergare de grup
3. Demararea alergărilor de grup
4. Data de începere: 16 August 2014
5. Momentul cu cele mai multe persoane implicate: Maratonul Internațional București 2015 – 55 colegi



Comunicarea și promovarea proiectului

Resurse interne Medicover: email, door to door, ședințe, invitații la alergat; Medicover End of Year Newspaper

Resurse externe: Facebook – Grup secret Medicover Runners, Paginile Facebook personale – cu impactul cel mai mare la nivelul Medicover și a prietenilor angajaților Medicover

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Managementul

Medicover sprijină activitățile ce creează sinergie între colegi. Acest aspect, alături de pasiunea celor deja implicați ne-a ajutat să avem sprijinul conducerii companiei.

Alegerea implică câteva aspecte esențiale pentru o companie ca **Medicover**, sănătatea și un stil de viață sănătos fiind printre criteriile cele mai importante.



Resursele alocate

Proiectul este făcut pe bază de voluntariat de către trainerul echipei și cei doi co-fondatori. Medicover România a sprijinit prin achiziționarea tricourilor de alergat și prin plata înscrierilor la unele din cele mai importante competiții naționale, dar și prin invitarea uneia dintre personalitățile cele mai cunoscute la nivel de România – Andrei Roșu, în calitate de speaker și co-trainer la câteva alergări de grup. De asemenea, Andrei a facilitat un workshop pentru angajați, povestindu-le din experiența lui și încurajându-i să opteze pentru un stil de viață sănătos. Bugetul total alocat până acum (august 2014 – prezent) este de 5.000 EURO.



Sustenabilitatea proiectului

Plăcerea de a alerga și de a fi alături de colegii cu aceeași pasiune (sâmbăta și duminica desfășurându-se majoritatea sesiunilor) a fost factorul principal de sustenabilitate. Implicarea companiei și sprijinul acordat a fost și va fi una din principalele măsuri de sustenabilitate.

Proiectul următor va viza adăugarea unei a doua activități sportive cu impact crescut la nivelul angajaților Medicover.



Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Tentația. Tentația de a renunța la alergat, uneori e greu să te trezești dimineața sau să renunți la o cină copioasă în oraș cu o seară înainte de alergare.

Lipsa timpului. Mulți avem un program încărcat, alergăm printre deadline-uri la lucru, copii de dus și luat de la și la școală, grădiniță și alte lucruri ce fac parte din rutina zilnică.

Alergatul ne-a ajutat să ne descoperim colegii, să fim alături unii de alții, să învățăm, să ne susținem și să ne încurajăm unii pe alții.

Majoritatea alergărilor de grup (peste 50 la număr) au fost efectuate în afara programului de lucru – sâmbăta și duminica dimineața.



Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Feedback-ul primit de la colegi a fost pozitiv. Pentru unii dintre ei impactul a fost vizibil – cuantificabil în pierderea greutateii, în aplicații de running și dietă instalate. Relația dintre colegi s-a îmbunătățit, am descoperit lucruri noi și frumoase despre echipă, am fost suport unii pentru ceilalți – ne-am motivat reciproc și ne-am încurajat în momentele grele. Relațiile dintre departamente au fost și ele îmbunătățite ☺. Am descoperit un mod frumos, sănătos și constructiv de a ne petrece timp împreună.





Clubul MEDLIFE

Descrierea proiectului

Clubul MedLife – Eveniment cu tradiție din anul 2012, care are o periodicitate lunară, desfășurat în prima zi de miercuri a fiecărei luni, care reunește angajații MedLife din București într-un cadru informal, relaxant, care le permite să se cunoască mai bine și să interacționeze într-un mod diferit față de o zi obișnuită de lucru. Evenimentul este alcătuit din trei momente interactive: moment artistic, band live, tombola cu minim trei premii.



Scopul și obiectivele proiectului

Scop:

- Crearea unui eveniment informal cu tradiție pentru angajații MedLife, care să dezvolte sentimentul de adeziune și simpatie față de companie.

Obiective:

- Oferirea unui cadru relaxat, informal, în care este facilitată interacțiunea dintre angajații MedLife.
- Facilitarea interacțiunii dintre angajați din departamente diferite, în special cei din departamentele de suport și cadrele medicale.
- Realizarea unor momente de entertainment de calitate, menite să relaxeze, după o zi la birou.



Etapele implementării proiectului

- Agrearea locației
- Stabilirea datei de organizare a evenimentului pentru fiecare lună
- Încheierea de parteneriate cu companii pentru oferirea de premii la tombolă
- Agrearea momentelor artistice din cadrul evenimentului și contactarea artiștilor
- Anunțarea evenimentului în rândul angajaților



Comunicarea și promovarea proiectului

- Newslettere electronice înainte și după eveniment, trimise tuturor angajaților MedLife din București;
- Invitații electronice;
- Afișe postate în locurile cu trafic din toate sediile;
- Anunțare eveniment pe grupul de Facebook al angajaților MedLife;
- Banner online postat pe Intranet;
- Știre pre- și post eveniment postată pe Intranet, însoțită de imagini din timpul evenimentului.



Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

- Responsabilizarea managementului fiecărei locații cu mediatizarea evenimentului în rândul angajaților;
- Facilitarea interacțiunii dintre manageri și subordonați, într-un cadru informal.



Resursele alocate

- Personal intern: PR Manager, PR Specialist, IT Specialist;
- Furnizori externi: grafician, fotograf, reprezentant tipografie, administrator locație;
- Buget lunar: aprox. 1.500 euro.

Sustenabilitatea proiectului



- Evenimentul beneficiază de un buget anual aprobat de management;
- Convingerea managementului din locațiile MedLife din alte orașe să aloce bugete pentru organizarea evenimentului în aceste orașe (ex. Brașov, Arad);
- Creșterea constantă a valorii premiilor acordate la tombolă.

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare

- Identificarea unei locații care să permită derularea de momente artistice pe scenă și interacțiunea dintre invitați;
- Diversificarea momentelor artistice. La fiecare ediție colegii au parte de un alt program – acest lucru se întâmplă aproape lunar, de 4 ani.

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

- Am organizat 40 de ediții care s-au bucurat de prezența a peste 6000 de colegi;
- Creșterea constantă a numărului de angajați participanți, în special a celor din același departament;
- Creșterea numărului de parteneri de beneficii pentru angajații MedLife.



CETELEM

Implică-te cu pasiune,
fără tensiune!



Descrierea proiectului

Pentru a avea clienți mulțumiți este important să ai angajați mulțumiți. Așa cum așteptările clienților cresc, la fel cresc și așteptările angajaților. Ne-am dorit ca acțiunile noastre să satisfacă cât mai multe nevoi ale angajaților și astfel am dezvoltat proiectul pe 6 piloni.

- 1. Zone de ReCreație** – amplasate pe fiecare etaj acestea reprezintă locul ideal unde colegii noștri se pot relaxa pe canapele comode sau pe fotoliile pufi. De asemenea, le-am pus la dispoziție tablete și diverse obiecte de relaxare;
- 2. Biblioteca Cetelem** – am pus la dispoziția angajaților cărți și audio-book-uri care să le ofere posibilitatea de a se dezvolta personal și profesional;
- 3. Barometrul de presiune** – managerul poate acționa imediat dacă barometrul sare de nivelul 7 pentru a echilibra volumul de muncă;
- 4. Zile Tematice** – Ziua Teatrului (s-au oferit 100 bilete), Ziua Sportului (au fost lansate competițiile și s-a putut închiria biciclete), Ziua Soarelui (s-a oferit înghețată, iar spațiul de lucru seamănă cu o plajă), Ziua Voluntariatului (s-au lansat campaniile de CSR);
- 5. Ateliere de ReCreație** (make-up, fotografie, aranjamente florale, deco-art, nutriție, stil și imagine personală) – sesiunile s-au desfășurat în timpul programului, au participat peste 300 angajați;
- 6. Competiții sportive** (fotbal, ping-pong, volei, biciclete) – s-au închiriat terenuri de sport.



Scopul și obiectivele proiectului

Obiectivul nostru principal este acela de a susține echilibrul dintre viața profesională și cea personală, având în vedere că ne petrecem foarte mult timp la locul de muncă. Tocmai de aceea mesajele care acompaniază acest proiect sunt: „Implică-te cu pasiune, fără tensiune!” și „Cetelem susține echilibrul dintre viața profesională și cea personală”.



Etapele implementării proiectului

În luna ianuarie:

- am lansat zonele de ReCreație;
- am deschis calendarul de înscriere la workshop-uri de ReCreație;
- am distribuit barometrele de presiune în fiecare echipă.

În luna mai:

- s-au lansat competițiile sportive.

În fiecare lună începând cu februarie au fost organizate workshop-uri, iar zile tematice au fost în lunile martie, iunie și decembrie.

În fiecare zi de marți și joi angajații beneficiază de masaj la birou.



Comunicarea și promovarea proiectului

În luna ianuarie proiectul a fost prezentat în fața comitetului director. Proiectul a fost cunoscut în organizație prin intermediul newsletter-ului intern, notice board, și posterele care anunțau workshop-urile. Lunar se anunțau acțiunile implementate și cele care urmau, conform calendarului stabilit.

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Implementarea acestui proiect a pornit de la rezultatele survey-ului anual prin care măsurăm gradul de satisfacție al angajaților, în care aceștia au atras atenția asupra nivelului de presiune resimțit în activitatea zilnică de la locul de muncă. În cadrul întâlnirilor departamentale în care s-au prezentat rezultatele, fiecare manager/director a fost de acord că va trebui stabilit un plan de acțiune pentru a crea un climat care să ofere metode de detensionare a angajaților.



Resursele alocate

Resurse umane – echipa de HR, Training intern, extern – compania Smart Experience, care a susținut workshop-urile Ateliere de ReCreație
Logistica – Săli, materiale promoționale
Buget – 35.000 euro



Sustenabilitatea proiectului

Activitățile desfășurate, precum și amenajarea spațiilor de relaxare au fost apreciate de către toți angajații. Părerile pozitive le-am primit atât în formularele de feedback, cât și interpretând rezultatele survey-ului anual privind gradul de satisfacție al angajaților.

Alături de acțiunea „masaj la birou” continuăm toate demersurile descrise mai sus. Mai mult, pentru că dorim să preîntâmpinăm anumite probleme pe care le putem avea din cauza unei posturi nepotrivite la birou vom învăța care sunt cele mai bune exerciții fizice care pot fi realizate pe parcursul orelor de program. Pentru a realiza acest lucru vom apela la antrenori care vor veni la sediul Cetelem.

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Nu au fost.

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

După fiecare workshop participanții au completat formulare de feedback în care și-au exprimat părerile despre impactul pe care îl au aceste activități în destresarea lor. Angajații au fost foarte implicați în activitățile desfășurate în cadrul zilelor tematice. Spațiile de recreere sunt întotdeauna pline, semn că și-au atins scopul.

În Global People Survey rezultatele pe criteriul WELL-BEING au înregistrat creșteri de 5 puncte.



HP

Wellness



Descrierea proiectului

Programul Wellness a demarat printr-o inițiativă globală, cu scopul de a echilibra corespunzător viața personală cu cea profesională și de a încuraja angajații să adopte un stil de viață sănătos, fizic și mental. Activ în România încă din 2011, proiectul a cunoscut un real succes din punct de vedere al ratei de participare la acțiunile inițiate, al dialogului constant dintre angajați și echipa de proiect, iar mai ales al creșterii nivelului de „engagement” în companie. Inițiativele se desfășoară pe tot parcursul anului conform unui calendar, vizând atât activități în aer liber, cât și în cadrul spațiului de lucru. Dezvoltarea și îmbunătățirea programului este reglată constant de părerile angajaților precum și de nevoile acestora identificate în prealabil. Wellness reprezintă o componentă importantă din strategia de business a centrului Hewlett Packard Enterprise întrucât adresează una dintre resursele cele mai preț: angajații săi.



Scopul și obiectivele proiectului

Wellness nu reprezintă doar reducerea costurilor de asistență medicală ori creșterea productivității angajaților. Wellness reprezintă sprijinul acordat angajaților în obținerea succesului pe toate planurile vieții lor. Ne dorim ca angajații noștri să identifice modul în care aceste oportunități pe care le oferim să aibă un real impact în viața lor precum și a familiei, prin dezvoltarea de obiceiuri sănătoase. Aici depinde de ce este mai important pentru fiecare și de modul în care vor să acceseze resursele pe care le oferim.

Fie că este vorba de a deveni sau a te menține activ fizic (Physical Wellness), de a îmbunătăți modul de reacție la stres (Stress Management) ori de a face planuri de viitor din punct de vedere financiar (Financial Wellness), programul vizează promovarea mișcării, unei alimentații sănătoase și echilibrul dintre viața personală și cea profesională.

Etapele implementării proiectului

Proiectul „Romania Wellness Program” a demarat în 2011, fiind concentrat pe activități în spațiul de birouri: masaj, seminarii de nutriție, managementul stresului și renunțare la fumat. În timp, ascultând părerile și urmărind atent nevoile angajaților, spectrul inițiativelor s-a extins cu activități în aer liber, iar planurile vizate s-au multiplicat. Astfel a luat naștere structura actuală, constând în trei piloni de baza: Physical Wellness, Stress Management și Financial Wellness. Prin includerea programului în strategia de business a centrului, a fost asigurată o revizuire trimestrială și o mai bună aliniere între cerințele angajaților și tipul de activități oferite.



Comunicarea și promovarea proiectului

Opinia participanților este un element cheie în dezvoltarea programului Wellness. Stabilirea dialogului prin activarea canalelor de comunicare cu angajații și transparența oferită la fiecare activitate desfășurată asigură continuitatea și succesul proiectului.

Promovarea activităților are loc prin intermediul buletinelor informative (newsletters) săptămânale, prin intermediul managerilor și ambasadorelor Wellness, ca parte a strategiei de business, prin participarea la alte evenimente din cadrul companiei (standuri) sau evenimente externe. Angajații sunt încurajați să își exprime părerea atât virtual (email) precum și direct în cadrul evenimentelor trimestriale (Wellness Open Day).



Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Pentru a obține participarea activă din partea managerilor la acțiunile desfășurate, un membru al echipei seniore de leadership a centrului a fost atribuit drept sponsor, oferindu-și expertiza de business. De asemenea, managerii au promovat activ inițiativele datorită încadrării programului de Wellness în strategia de business a centrului, urmărind creșterea nivelului de „engagement” al echipelor.

Participanții sunt constant încântați de calitatea și transparența activităților, promovându-le la rândul lor către colegi și prieteni. Astfel a fost creată comunitatea de ambasadori ai programului Wellness, cu scopul de a încuraja participarea și de a culege, în același timp, opinii de îmbunătățire de la participanți.



Resursele alocate

Conform politicii interne, nivelul de bugetare al programului Wellness este confidențial.

Resursele umane implicate în proiect sunt reprezentate de echipa-nucleu și echipa de ambasadori, ambele formate pe baza de voluntariat, precum și sponsorul dedicat din partea echipei senioare de leadership, reprezentând sub 1% din populația totală a centrului.

Nevoia de resurse materiale diferă de la un tip de activitate la altul, menționând: taxe de organizare sau participare la activități, tricouri personalizate, calendare motivaționale, pedometre, genți sportive, termosuri etc.

Sustenabilitatea proiectului



Întrucât proiectul este susținut la nivel global, continuitatea este asigurată prin structura de bază (cei trei piloni) prezentă în fiecare țară. Având în spate un proces de bugetare bine descris și susținere din partea echipei de management, succesul programului se cuantifică în nivelul de „engagement” al colegilor, atent monitorizat de către echipele de leadership din companie. Drept dovadă, programul a fost replicat atât în Hewlett Packard Enterprise cât și în HP Inc, cele două companii formate în urmă separării HP.

De asemenea, programul Wellness se află într-o continuă dezvoltare și are colaborări inclusiv cu echipele interne, unde oferă „consultanță” pentru evenimente, promovând astfel și la un nivel mai detaliat beneficiile unui stil de viață sănătos.

Cea mai mare dificultate
întâmpinată în implementare?

Implementare



Nivelul ridicat al cererilor de participare la activitățile înaintate de programul Wellness, în raport cu numărul de locuri disponibile, a necesitat uneori un efort susținut din partea echipei de organizare, cazurile fiind soluționate ulterior prin suplینirea numărului de sesiuni.

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Nivelul de „engagement” în companie se menține ridicat, conform sondajului anual – secțiunea „engagement” dar și conform părerilor împărtășite de angajați către manageri. Acesta se traduce printr-o productivitate sporită a participanților și o motivație personală crescută.

Furnizorii de servicii contractați au confirmat acest curent prin intermediul propriilor metode de evaluare a succesului.

Pentru a exemplifica:

- numărul total al masajelor efectuate în anul 2015 se ridică la 4000.
- un mix de fructe proaspete se oferă în mod regulat tuturor angajaților
- discutând despre pasiunea de lectură de dezvoltare personală, în prezent 25% din totalul angajaților au abonament la Bookster.

Câteva mesaje primite de la participanții la aceste activități:

“Felicitări pentru acest minunat proiect care ne aduce bucurie!”

“Mulțumim că ne faceți zilele mai frumoase!”

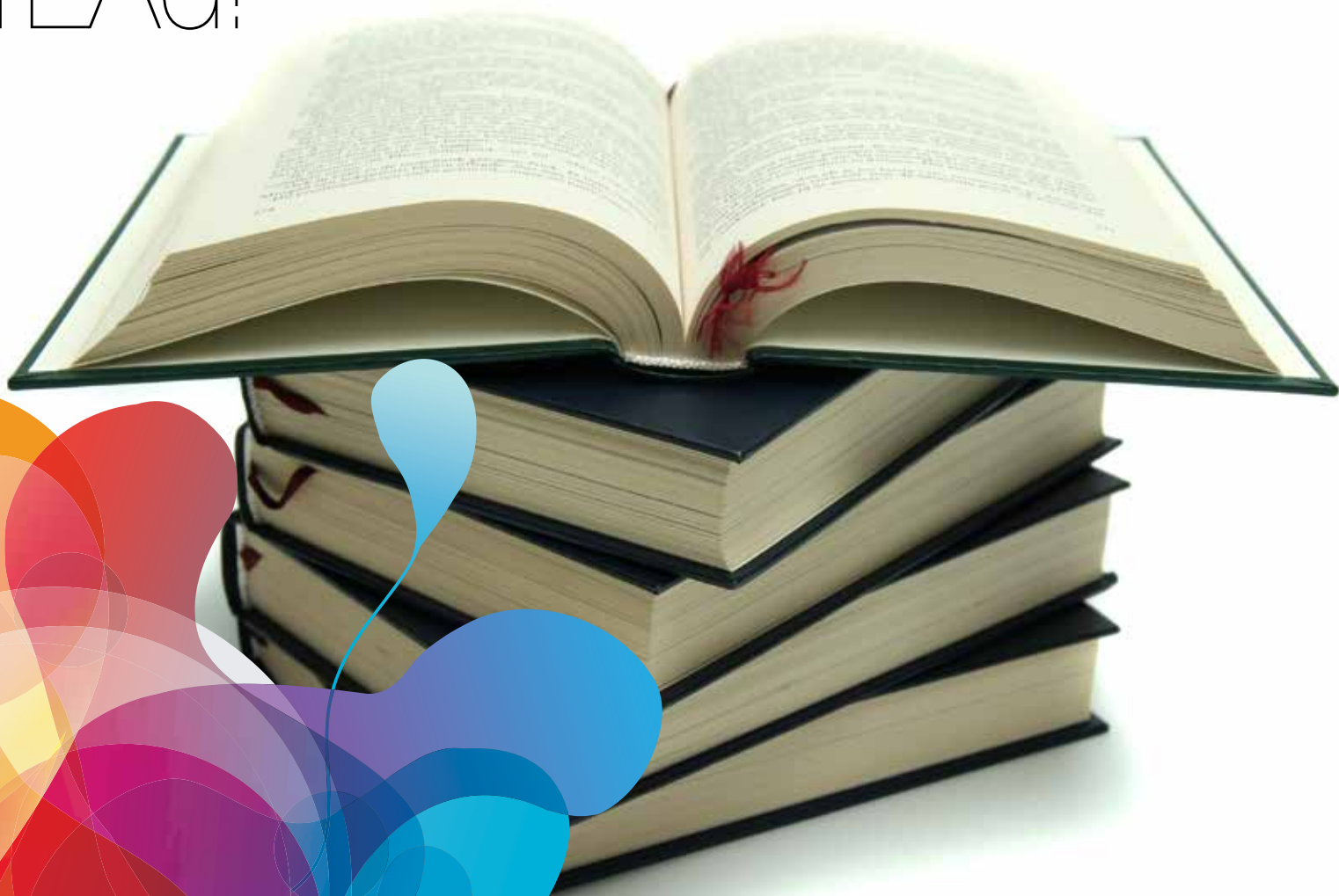
“Cărți citite = pasiune, timp liber, povești, visare și relaxare.

Bookster = cărți citite.”



ELECTRONIC ARTS

rEAd!



Descrierea proiectului

Proiectul rEAd: Proiectul presupune punerea la dispoziția angajaților a unui număr mare de titluri, atât recente cât și clasice, în format tipărit, din domenii diverse – dezvoltare personală, beletristică, dezvoltare profesională – angajații putând comanda, prin intermediul unei platforme online, și împrumuta, cu livrare la birou, oricare dintre titlurile disponibile.

Împrumutul este temporar, iar returnarea se face tot la birou. În plus, EA România a organizat multiple și diverse zone de citit mobilate și decorate confortabil pentru încurajarea pauzelor de lectură și organizarea unor întâlniri ale comunității rEAd în timpul cărora se pot împărtăși idei, dezbate recenzii și oferi sugestii de lectură.



Scopul și obiectivele proiectului

Prin dezvoltarea acestui proiect urmărim promovarea unei culturi de învățare în organizație, încurajăm crearea unei comunități de cititori și socializarea între angajați. Deasemeni, oferim o nouă opțiune pentru petrecerea pauzelor de lucru. Un alt aspect ar fi încurajarea și cititului clasic, pe lângă cel digital cu care noi, cei din industria IT, suntem destul de familiari. Credem că o activitate sporadică de concentrare pe o singură sursă de informație poate aduce beneficii capacității de concentrare și, în final, un echilibru.



Etapele implementării proiectului

- Identificarea unei platforme online și a unui furnizor care să se poată adapta la cerințele noastre, crearea unui număr de conturi online, securizate, destinate în exclusivitate, angajaților.
- Integrarea arhitecturală și crearea unor zone de relaxare care favorizează activitățile de lectură.
- Desemnarea unui responsabil entuziast care să faciliteze desfășurarea proiectului în bune condiții.
- Comunicări periodice legate de disponibilitatea conturilor și programarea seratelor literare. Campanii de promovare a titlurilor noi sau în trend, însoțite de obiecte simbolice – semne de carte, bomboane, ciocolată, care să completeze activitatea de lectură.



Comunicarea și promovarea proiectului

Prin email-uri interne și afisaj intern, prin atașarea unei aplicații de forum și socializare la aplicația de comandă online titluri. Componenta de socializare este foarte importantă întrucât permite membrilor să împărtășească păreri și recenzii despre titlurile citite, precum și să-și creeze un profil public referitor la domeniile de care sunt interesați.



Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Am prezentat avantajele unei biblioteci online cu livrare la birou, precum și avantajele unui format tipărit, clasic, care să încurajeze pauza de citit în afara spațiului de lucru/birou/stație de lucru. Pe lângă asta, poți obține cele mai bune titluri conform recenziilor unor oameni pe care îi cunoști și care îți împărtășesc stilul de viață și domeniul de activitate.



Resursele alocate

Echipa formată din 3 oameni: manager de proiect, coordonator logistică și un coordonator comunicare.

Buget: 10.000 RON anual

Echipamente: biblioteca, spațiile de lectură și de relaxare, spațiile de întâlnire.

Sustenabilitatea proiectului

- Diversificarea temelor întâlnirilor comunității.
- Diversificarea titlurilor pe care le punem la dispoziție.

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Să atragem cititorii să participe la întâlnirile comunității rEAd.

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Am început cu 80 de conturi online și am atins 250 în primele 3 luni, peste 5.000 de titluri împrumutate în cele 3 luni finale ale lui 2015.

Numărul de participanți la discuțiile și dezbaterile rEAd au crescut constant, de la 3-4 persoane la prima întâlnire, la 12-15 la ultima ediție.

Peste 200 de titluri noi de cărți și articole au fost recomandate în timpul întâlnirilor rEAd.



ROHE

Stare de bine
la birou



Descrierea proiectului

Proiectul „Stare de bine la birou”, desfășurat în perioada februarie-decembrie 2015, s-a concentrat pe dobândirea de către participanți de competențe-cheie din domeniul managementului strategic (definirea obiectivului, întocmirea și respectarea planului de acțiuni, aplicarea sistemului de monitorizare și măsurare, aplicarea sistemului de recunoaștere și recompensare), prin joc și aplicare în practică, în ceea ce privește domeniul sănătății.

Obiectivul acestui proiect a fost aplicarea în mod natural a conceptelor managementului în toate domeniile vieții și în definitiv, în activitatea profesională.

Programul din anul 2015 a fost compus din două module, primul în februarie-martie 2015, iar cel de-al doilea în perioada septembrie-octombrie 2015, acestea fiind gândite sub forma unor “olimpiade” pe echipe, cu premii. Primul modul a avut ca indicatori de progres scăderea numărului de kilograme, a procentului de grăsime corporală și contorizarea secundelor în poziția “planșă”/ „schior”, iar cel de-al doilea modul a avut ca indicator de progres nivelul antioxidanților și numărul de sărituri de coardă.

Fiecare participant și-a ales o combinație de acțiuni periodice (cu frecvență zilnică sau cel puțin săptămânală) pe care le-a monitorizat în perioada de desfășurare a modulului.

Scopul și obiectivele proiectului

Programul „Stare de bine la birou” a avut ca scop creșterea nivelului de sănătate și energie, dobândirea de obiceiuri sănătoase, evaluarea capacității angajaților de a obține rezultate în domeniul personal și creșterea nivelului de competență (planificare, prioritizare, monitorizare, măsurare).

Obiectivele specifice urmărite prin intermediul acestui program au fost:

- Creșterea nivelului de sănătate, de stare de bine al participanților;
- Creșterea nivelului de cooperare și impulsivitatea lucrului în echipă;
- Creșterea nivelului de implicare și motivare al echipei;
- Creșterea gradului de îndeplinire al dorințelor și obiectivelor personale;
- Obținerea clarității și scăderea nivelului de stres și suprasolicitare;
- Crearea unui context favorabil dobândirii de obiceiuri benefice precum mișcarea zilnică, hidratarea, alimentația sănătoasă.

Etapele implementării proiectului

- Etapa I.** Diagnostic „cultura organizațională” și evaluare situație prezentă – Ianuarie 2015
- Etapa II.** Configurare program (stabilire priorități, obiective, IA (indicatori de acțiune), IP (indicatori de progres). Alegerea modulelor și crearea unei formule personalizate pentru compania Rohe – Ianuarie 2015
- Etapa III.** Implementare, monitorizare și măsurare – Februarie – Decembrie 2015
- Etapa IV.** Evaluare impact program – Decembrie 2015



Comunicarea și promovarea proiectului

Fiecare modul a avut un plan de comunicare internă. Au fost folosite mai multe canale de comunicare internă inclusiv: comunicarea orală, scrisă folosind poșta electronică (regulamentul, obiectivele programului, planul de acțiuni) și panouri informaționale, white-boardurile din sălile de conferință și flip charturile, comunicare mediată (telefonul – mesaje text motivaționale), panoul “Stare de bine la birou” montat în holul clădirii cu provocările săptămânale, ritualul de mișcare și tabelul cu punctajele actualizate și liderii echipelor participante, întâlniri săptămânale cu angajații, mesaje săptămânale pentru monitorizarea acțiunilor și mesaje zilnice tip reminder.



Comunicare

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Reprezentanții managementului companiei s-au alăturat echipei de resurse umane și comunicare internă în definirea, modelarea, implementarea și evaluarea programului dedicat angajaților, acesta fiind unul aliniat cu valorile companiei. Managementul a fost cel care a alocat resurse pentru implementarea programului.

Managementul companiei a participat în mod direct la acest proiect, de altfel, unul dintre indicatorii la nivel de companie a fost gradul de implicare al managementului, pe lângă gradul de implicare al salariaților.

Participanții la program au fost împărțiți pe echipe, reprezentate fiecare de câte un lider, cu rolul de a încuraja membrii echipei să acționeze consecvent și cu încredere în îndeplinirea provocărilor săptămânale. Liderii s-au schimbat săptămânal, prin rotație.



Resursele alocate

Perioada de implementare a fost de 1 an. Au fost implicate toate tipurile de resurse, toate procesele, iar comunicarea, implementarea, monitorizarea și măsurarea a fost realizată de către departamentul de resurse umane și comunicare internă. Costul mediu per participant a fost de 630 euro.



Sustenabilitatea proiectului

Proiectul este planificat a fi continuat și în anul 2016 cu câteva mici modificări ale modulelor care îl compun. Am luat în calcul ideea de sustenabilitate a proiectului încă din etapa de elaborare a strategiei. Pentru că Rohe România SRL are o cultură organizațională foarte puternică, dorim să realizăm din aceste activități, evenimente cu tradiție pe care angajații le așteaptă an de an, dar de fiecare dată într-o variantă îmbunătățită și adaptată noilor nevoi ale participanților.

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Una dintre dificultățile întâmpinate în desfășurarea proiectului l-a constituit lipsa de consecvență a participanților, dar aceasta a fost depășită prin intermediul mesajelor motivaționale periodice, prin expunerea clară și asumarea obiectivelor programului și prin suportul primit din partea liderilor de echipe. Un alt inconvenient a fost imposibilitatea participării la toate activitățile proiectului de către cei înscriși din cauza urgențelor zilnice din activitatea proprie.

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Cel mai important beneficiu pe care acest program îl oferă este creșterea gradului de îndeplinire al obiectivelor companiei, care a fost măsurat lunar și a depășit în mod constant procentul de 85%.

Din punct de vedere calitativ, proiectul în mod sigur a dus la energizarea echipei la propriu și la figurat, ceea ce a influențat și creșterea nivelului de competență al angajaților, creșterea nivelului de implicare și motivare al echipei și reducerea problemelor de sănătate pe termen lung.

În ceea ce privește rezultatele cantitative s-au înregistrat rezultate reale în ceea ce privește sănătatea participanților (scăderea în greutate, scăderea procentului de grăsime din organism, creșterea nivelului de antioxidanți, numărul de secunde în poziție de echilibru, numărul de sărituri de coardă, sau numărul de secunde în poziția schior). De asemenea, alți indicatori măsurați au fost gradul de implicare al reprezentanților managementului și al angajaților, gradul de participare la activitățile din proiect. Într-un final, a fost atins obiectivul major, respectiv creșterea numărului angajaților care planifică, prioritizează, monitorizează și măsoară.

ELECTRONIC ARTS

Women in gaming



Descrierea proiectului

Pornind de la ideea că industria IT nu este exclusiv o industrie masculină, ne-am implicat în găsirea unei modalități de a facilita comunicarea între doamnele din industrie și o evidențiere a oportunităților pe care le oferă, totodată spulberând mitul că IT și gaming-ul sunt doar pentru bărbați.

În acest sens, am organizat un eveniment cu un format mixt, atât sub formă de prezentări, cât și de networking/socializare. Practic, evenimentul a fost centrat pe câteva subiecte detaliate de prezentatori femei, specialiste în diverse arii din zona de gaming, cu încurajarea întrebărilor și discuțiilor libere, atât în timpul prezentărilor, cât și în pauză.

Totul s-a desfășurat într-o joi seară, începând cu ora 19h:00, la sediul firmei, într-un format relaxat și primitor. Prezentările au surprins discuții teoretice asupra alegerilor de carieră, exemple personale dar și informații tehnice despre management-ul de proiect, testare sau programare. Pauza a fost folosită pentru a continua discuțiile în jurul unui candy bar delicios.

Proiectul a fost posibil datorită implicării unui număr mare de colege din companie, încă de la stadiul de design și planificare, continuând cu desfășurarea efectivă a evenimentului.



Scopul și obiectivele proiectului

Evenimentul Women in Gaming a urmărit :

- accentuarea vizibilității oportunităților de carieră pentru femei în industria de IT și de jocuri;
- familiarizarea și încurajarea femeilor care activează în IT sau domenii creative să adopte o carieră în industria jocurilor;
- crearea unui forum de discuții între angajatele noastre și comunitatea de IT;
- împărtășirea unor experiențe profesionale relevante pentru comunitatea IT de femei din România, prin implicarea directă a unor specialiste care activează în acest domeniu de 4-15 ani.

Etapele implementării proiectului

Cu 3 luni înainte:

1. Stabilirea formatului, publicului țintă, echipei de proiect, estimare și aprobare de buget.

Cu 2 luni înainte:

2. Definirea echipei complete de proiect și implicarea colegilor din firmă.
3. Elaborarea conținutului prezentărilor.
4. Stabilirea detaliilor operaționale: locație, furnizori.
5. Comunicare: crearea unei imagini pentru eveniment și asigurarea consistenței pe email, site-uri, poster, teaser video.

Cu o lună înainte:

6. Promovarea evenimentului pe diverse canale (social media, rețeaua de contacte), selecția participanților și confirmarea lor telefonică/email.



Comunicarea și promovarea proiectului

Comunicarea a vizat o serie variată de mijloace de promovare, atât în mediul online și offline, pentru a asigura o mediatizare cât mai vastă și atingerea unui public relevant.

Printre canalele folosite: Facebook (pagina de companie), invitații personalizate trimise doamnelor din baza noastră de date, invitații personalizate trimise către persoane recomandate de colegii noștri ca fiind relevante topic-ului.

De asemenea, o parte din promovare a inclus și colaborarea cu un partener extern (Organizația Girls Who Code) care a promovat în mediul online evenimentul nostru.

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Implicarea managementului s-a făcut prin prezentarea avantajelor create de existența unei comunități puternice de femei în gaming și, în mod indirect, contribuția la target-urile de diversitate. De asemenea, în acest proiect s-a implicat direct ca vorbitoare la eveniment și un membru din echipa de top management a companiei.

Implicarea angajaților s-a făcut în mod voluntar, în urma unei prezentări a evenimentului ce urmează să fie organizat. Angajații au rezonat cu tema propusă, dar și cu alte avantaje evidente: îmbogățirea rețelei de cunoștințe, posibilitatea de a împărtăși pasiunea și experiențele domeniului în care activează, varietatea profesională și oportunitatea de a experimenta ceva nou.



Resursele alocate

- Buget pentru candy bar/catering: 2000 RON.
- Echipa de proiect: timp alocat de cele 10 participante în proiect, atât în faza de pregătire, cât și în desfășurarea propriu-zisă a evenimentului.
- Locația a fost la sediul firmei ceea ce ne-a permis utilizarea echipamentelor de proiectare și sonorizare fără cost suplimentar.



Sustenabilitatea proiectului

Proiectul s-a dorit a fi o primă inițiativă în acest sens și, în funcție de feedback-ul primit, dorim să continuăm să gândim evenimente similare pe viitor cel puțin o dată pe an. Vedem această inițiativă ca un promotor al comunicării între femeile din gaming/IT, încercând să formăm o comunitate puternică în timp.

Ca prim pas, ne dorim organizarea unui al doilea eveniment în toamna lui 2016, cu un public țintă similar. De asemenea, dorim să păstrăm legătura cu participantele de-a lungul anului 2016 printr-o serie de comunicări prin email (e.g newsletter) care conțin articole concentrate în jurul specificului industriei de gaming



Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Deși proiectul a fost primit cu entuziasm, ideea a fost una nouă și, ca orice topic abordat pentru prima dată, au existat riscuri legate de entuziasmul care va fi generat, care va fi rata de răspuns, cum va reacționa piața la această invitație venită din partea unei companii .
Din fericire, rata de răspuns a fost una peste așteptări și riscurile atenuate cu succes.



Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Principala modalitate de măsurare a fost feedback-ul primit de la participante:

- “I also liked a lot the candy bar (it was very nice), but mostly I enjoyed being surrounded by smart and passionate women, who introduced me in what working in gaming industry means.”
- “The speakers were great. They were very enthusiastic and passionate about their work and the public felt this. They were also very friendly and opened to questions. I saw they like EA and what they do.”
- „I really enjoyed the event and the fact that the speakers were laid-back and excited about their jobs.”
- „I appreciated their enthusiasm and the fact that they interacted with the audience, providing details about their personal experience within EA.”
- 50% were Very Satisfied and 30 % Satisfied with the event.

De asemenea, considerăm că impactul a fost unul de succes ținând cont că am avut un număr dublu de aplicații față de numărul targetat. În plus, în timpul evenimentului, publicul a fost extrem de implicat, au fost foarte multe întrebări, acoperind o gamă variată de subiecte, de la asigurarea calității, modalități de management de proiect până la etică în gaming.





UP ROMÂNIA
Punem suflet,
zi de zi,
în valorile
noastre!

Descrierea proiectului

În perioada ianuarie – iulie 2015, sub titlul „Punem suflet zi de zi, în valorile noastre!”, Up România a organizat cel mai amplu proiect organizațional de tip work-life-alance/ work-life-integration al anului 2015, care a dat posibilitatea angajaților să-și exprime valorile personale, talentul și dorința de a face lucrurile împreună. Ideea proiectului a venit în urma studiului „Person-Organization Fit”, realizat la nivelul companiei în cadrul diagnozei organizaționale de la finalul lui 2014. Rezultatele studiului au arătat o corelație pozitivă semnificativă între valorile pe care angajații Up România doreau să le regăsească în orice organizație, inclusiv în Up România, în raport cu valorile pe care le considerau că le promova Up România la momentul studiului (coeficient de corelație Pearson 0,784 la pragul de 0,01, interval de încredere 99%).
Pomind de la aceste rezultate, proiectul a pus accent în asigurarea WLB pe valorile personale/ organizaționale ale angajaților.



O echipă cu valori frumoase

Scopul și obiectivele proiectului



Se știe că, oferirea oportunităților de a-și exprima creativitatea, hobby-urile, de a-și promova valorile personale reprezintă un aspect important al proiectelor și activităților de tip work-life-balance și un mobilizator important al angajaților în această direcție.

Ținând cont de aceasta și de rezultatele studiului nostru, proiectul implementat a urmărit valorizarea potrivirii angajați-organizație și crearea cadrului propice pentru ca aceștia să se manifeste conform valorilor importante pentru ei și conform talentului și inițiativelor proprii, atât în cadrul echipei din care fac parte cât și în raport cu celelalte echipe, având următoarele obiective specifice:

01. Consolidarea sentimentului de apartenență la o echipă care împărtășește valori comune;
02. Promovarea unei stări de bine, caracterizată prin energie, bună-dispoziție și satisfacție personală;
03. Încurajarea fiecărui angajat să-și exprime competențele/ abilitățile extraprofesionale și valorizarea acestora în rândul colegilor;
04. Implicarea a minim 50% dintre angajați în proiect.



Târgul de fapte bune – Creativitate și dăruire

Etapele implementării proiectului

Proiectul a cuprins cinci etape importante, astfel:

Etapa 1: Redactarea mini-proiectelor –

13 din cele 14 echipe din organizație au propus câte un mini-proiect prin care să exprime 2-3 din valorile organizaționale/ personale, prin activități și talente care îi caracterizează și făcând lucruri pentru celelalte echipe

Etapa 2: Implementarea mini-proiectelor

Etapa 3: Evaluarea mini-proiectelor

Etapa 4: Premiarea proiectelor

Etapa 5: Valorificarea rezultatelor proiectului



Poșete cochete create de colege pentru colege (din materiale reciclabile)

Comunicarea și promovarea proiectului

Proiectul a presupus o comunicare permanentă pe tot parcursul desfășurării lui, de la lansare și pînă la valorificarea rezultatelor. Astfel, comunicarea s-a realizat prin e-mail, prin afișe, prin flyere, printr-un panou special creat, prin „sharing photos”, prin prezentări PowerPoint, etc.

De asemenea, a fost o comunicare realizată atât din partea echipei de organizare, cât și din partea fiecărei echipe care a ales să se implice în proiect.



Wall of Fame

Cum s-a obținut implicarea managementului și a angajaților din companie?

Pomind de la valorile preferate și promovate de către angajați, dar și în același timp de către companie, proiectul a avut încă de la început o adeziune importantă și din partea managementului și din partea angajaților.



Privind echipele implicate, acestea au implementat mini-proiecte prin care: au confecționat poșete și le-au oferit cadou colegelor de 8 Martie, au propus și susținut cursul „Franceza în vacanță” pentru colegii lor, au propus „Ziua Departamentului” și și-au sărbătorit colegii, și-au arătat creativitatea oferind colegelor ședințe de art manichiură, au creat obiecte utile sau de decor din materiale reciclabile, etc.

Art manichiură – talent pus în slujba colegelor dragi

Resursele alocate

Proiectul a presupus un buget de aproximativ 2500 de euro din partea companiei. Acest buget a vizat în special comunicarea, premiile oferite echipelor câștigătoare (prin care au fost încurajate să organizeze mini-teambuilding-uri cu activități inedite) și suportul în organizarea anumitor activități specifice, etc.

De asemenea, proiectul a presupus libertatea angajaților de a propune organizarea mini-proiectelor în timpul programului sau în afara acestuia, în funcție de opțiunea fiecărei echipe propunătoare și de feedback-ul primit de la cei cărora s-au adresat.



Premii dulci pentru echipele care au creat mascote din materiale reciclabile

Sustenabilitatea proiectului

Ultima etapă inclusă în proiect a fost cea de valorificare a rezultatelor proiectului. Astfel, în primul rând fiecare mini-proiect a fost pus în valoare la nivelul firmei, în funcție de tema acestuia, prin promovare, prin comunicare, prin evidențierea în cadrul team-building-ului, etc.

Apoi, proiectele apreciate ca fiind câștigătoare (pe baza dimensiunii grupului țintă, a inovației, a impactului asupra colegilor) au fost premiate, echipele câștigătoare continuând, după premiere, în spiritul work-life balance cu acțiuni inedite: Canoe pe Neajlov, „Mystery Rooms Escape”, etc.



*Pe Neajlov,
cu caiacul*

Cea mai mare dificultate întâmpinată în implementare?

Proiectul a fost extrem de bine primit de către angajați și a atras astfel implicarea lor activă, atât în creionarea mini-proiectelor, comunicarea lor, cât și în implementare. Această adeziune, de peste 80%, a făcut ca proiectul să se implementeze ușor, cu rezultate deosebite și să-și atingă obiectivele propuse.



Aventură în spiritul Up

Impactul proiectului – cum au fost măsurate rezultatele?

Evaluarea rezultatelor proiectului a vizat două axe importante:

1. Impactul proiectului la nivelul angajaților: au aderat peste 80% dintre angajații Up, au fost dezvoltate 13 mini-proiecte, 100% feedback-uri pozitive, nivel ridicat de bună dispoziție, colaborare, satisfacție, etc.
2. Impactul fiecărui mini-proiect dezvoltat de fiecare echipă: adresabilitate, inovație, feedback-ul colegilor, etc.



Starea de spirit Up în cadrul proiectului