

25 апреля 2023

Как наладить коммуникацию между офисом и производством с помощью digital-инструментов

В последние годы российские компании начали внедрять практики для поддержания благополучия сотрудников в офисе и на удаленке, и они показали неплохие результаты. Но эти механики не всегда применимы к тем, кто работает «в поле». Сложнее всего поддерживать вовлеченность компаниям, где есть и удаленщики, и офисные сотрудники, а также работники на производствах и в торговых точках.





Антон Бобров,
директор по развитию
интранет-портала K-Team от
ГК «КОРУС Консалтинг»

На первый план здесь выходит коммуникация — важно, чтобы все чувствовали себя частью единого коллектива и могли эффективно взаимодействовать друг с другом. Антон Бобров, директор по развитию интранет-портала K-Team от ГК «КОРУС Консалтинг», рассказывает, какие методики и инструменты могут объединить сразу всех и улучшить бизнес-показатели компании.

КТО ТАКИЕ СИНИЕ И БЕЛЫЕ ВОРОТНИЧКИ

Термины стали широко использоваться в 1920-х годах — прежде всего в США. Тогда характер административной и канцелярской работы требовал, чтобы сотрудники носили накрахмаленные белые рубашки. А работники, занятые физическим трудом, ходили в униформе синих цветов, так как она меньше пачкается. В результате цвет воротников стал символом различий между социальными классами. Синие воротнички обычно зарабатывали меньше, получали почасовую оплату и трудились на малоперспективных позициях. Белые воротнички чаще получали более престижные должности, а в социальной иерархии занимали нижние слои среднего класса.



Сейчас такие различия между белыми и синими воротничками постепенно стираются:

1. Многие синие воротнички зарабатывают больше, чем некоторые белые.
2. Работодатели стремятся удержать синих воротничков так же, как и белых: предоставляют возможность продвижения по службе, бонусы, обучение.
3. Ожидается, что в ближайшие годы нехватка кадров в рабочих секторах будет расти. Меняется и динамика среди белых воротничков. Многие сферы становятся переполненными, и конкуренция усиливается.

ПОЧЕМУ СИНИМ И БЕЛЫМ ВОРОТНИЧКАМ ВАЖНО ОБЩАТЬСЯ ДРУГ С ДРУГОМ...

Когда люди в офисе и на производстве не понимают ценности внутрикорпоративного сотрудничества и находятся в разном информационном поле, возникают проблемы в коммуникации. Это может привести к печальным последствиям: увеличатся сроки выполнения рабочих задач, возникнут проблемы в общении с клиентами, снизится качество товаров или услуг. Все это, само собой, негативно повлияет и на бизнес-результаты компании.

Единая площадка, где можно познакомиться со всеми коллегами, высказать свое мнение, предложить идеи, помогает формировать единую корпоративную культуру и поддерживать чувство причастности. Благодаря общим ценностям и принципам работы сотрудники лучше понимают друг друга и могут действовать на основе одних и тех же приоритетов. И вместо того, чтобы тратить время и силы на конфликты и их решение, команды сосредотачиваются на рабочих задачах.

Кроме того, поскольку сотрудники проводят большую часть жизни на работе, часто здесь формируются дружеские отношения. Согласно опросу Gallup, около 30% человек ответили, что у них на работе есть лучший друг. 51% таких сотрудников отметили, что чувствуют глубокую связь с компанией — в отличие от 10% тех, у кого друзей на работе нет. Это иллюстрирует важность сообщества для «закрепления» сотрудников в компании, развития чувства принадлежности и вовлеченности.

Тимбилдинг играет неотъемлемую роль в создании сообщества. К счастью, сегодня для этого можно не только проводить офлайн-мероприятия, но и использовать онлайн-инструменты: устраивать конкурсы, развивать блоги, создавать площадки для общения и обмена идеями.

...И ПОЧЕМУ ЭТО БЫВАЕТ СЛОЖНО

Пандемия выявила проблемы взаимодействия с внеофисными работниками — их вовлеченность в корпоративную жизнь снижается. Например: водители автобусов не могут участвовать в квизах в режиме реального времени или присоединиться к онлайн-занятиям йогой с коллегами на обеденном перерыве. Может возникнуть ощущение, что в компании есть поддержка и различные мероприятия только для офисного персонала. Это увеличивает разрыв между сотрудниками и повышает уровень неприязни между офисными и внеофисными отделами. Постепенно проявляется неудовлетворенность компанией («Все бонусы — офисным сотрудникам, а нам — ничего»), растет текучесть кадров, снижается производительность труда. Все это для компании — дополнительные затраты.

Так у работодателей появилась новая задача: выстроить эффективное взаимодействие между разными сотрудниками и вовлечь всех в корпоративную жизнь.

Компании, которые осознали, что нужно по-другому общаться с сотрудниками разных отделов, особенно в распределенных командах, активно внедряют цифровые решения. Технологии помогают закрыть сразу две «боли» сотрудников без доступа к ПК — оторванность от корпоративной культуры и неудобные HR-сервисы. Так, мобильные приложения позволяют решать некоторые задачи со смартфона — заказать справку или оформить

отпуск, найти коллегу, сообщить об отсутствии, обсудить рабочие вопросы.

Как синие, так и белые воротнички с помощью цифровых платформ могут делиться идеями, предлагать улучшения, получать доступ к сервисам компании и общаться в социальных сетях. Это удобно, если, например, сотрудники находятся в разных филиалах по всему миру или работают в гибридном режиме. Сотрудники подразделений часто плохо знают друг друга, что в условиях удаленки снижает продуктивность кросс-функциональных команд. Именно поэтому важно, чтобы появилась онлайн-площадка для сглаживания таких разрывов.

КАК ВОВЛЕЧЬ СОТРУДНИКОВ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ КОМПАНИИ ВНЕ ЗАВИСИМОСТИ ОТ ДОЛЖНОСТИ

СОЗДАТЬ ПРОСТРАНСТВО ДЛЯ ИДЕЙ

Синие воротнички часто обладают более специализированными знаниями о своей работе, чем белые, но реже предлагают что-то новое. Если офисный сотрудник может всегда поговорить с руководителем, к примеру, возле кофемашины, то у рабочего на производстве такой возможности нет.

Создайте банк идей — отдельную страницу, которая поможет сотрудникам проявить себя, предложить и реализовать идею. Компания, где идеи не

только спускаются сверху, может получить более продуктивную и вовлеченную команду.

ОТМЕЧАТЬ ЗНАЧИМЫЕ МОМЕНТЫ В ЖИЗНИ СОТРУДНИКОВ

Внимание к важным жизненным и профессиональным событиям — это не новый и уже доказавший свою эффективность подход к опыту сотрудников. Отношение работодателей к таким моментам сильно влияет на вовлеченность, удовлетворенность и лояльность команды.

Примеры профессиональных событий:

- Первый день на новой работе
 - Повышение
 - Завершение или начало нового проекта
 - Оценка эффективности
-
- 5/10/15 лет работы в компании

Примеры личных событий:

- День рождения
- Свадьба

■ Появление детей

Большинство таких моментов вызывают сильные эмоции, и то, как реагирует на это компания, влияет на вовлеченность всех сотрудников. Один из самых очевидных вариантов отмечать значимые события не только офлайн — создать на внутреннем портале компании специальные разделы: благодарности, дни рождения, список лучших сотрудников и так далее.

ДЕЛИТЬСЯ НОВОСТЯМИ ИЗ ПЕРВЫХ РУК

Офисные сотрудники могут узнать новости из разговоров вокруг, но у рабочих часто нет такой возможности. Когда о том, что происходит «наверху», говорят мало, люди склонны восполнять недостающие фрагменты догадками и предположениями. Например, они узнают о серии закрытых совещаний, и эта информация порождает слухи, что весь персонал увольняется.

Открытое общение — основа доверия. И задача работодателя — обеспечить доступ команды к точной информации.

Создайте открытые каналы связи, где рабочие будут общаться с коллегами, принимающими решения. К примеру, топ-менеджеры могут завести блоги и через них транслировать ценности компании и важные новости. Именно эти люди задают тон остальной части организации. Если сотрудники видят, что руководители активно используют цифровые инструменты для общения, они, скорее всего, начнут делать то же самое: комментировать материалы и делиться своим мнением. Часто синие воротнички видят топ-менеджеров лично только раз в год на корпоративе, но онлайн-площадка для общения может сократить дистанцию.

РАЗВИВАТЬ ПРАКТИКУ ВЕДЕНИЯ БЛОГОВ

Сотрудники тоже могут вести корпоративный блог — это позволяет чувствовать ценность мнения, формирует уверенность в себе и своем профессионализме. Если все будут общаться в одном инфополе и следить за блогами друг друга, получится убрать барьеры в общении.

Поощряйте сотрудников, которые размещают контент в сообществах интрасети компании. Они могут писать посты в блогах, публиковать видео и делиться фотографиями. Другие сотрудники могут лайкать и расшаривать их внутри компании.

КОНКУРСЫ

Чтобы повысить вовлеченность сотрудников, реализуйте на портале интерактивные разделы. Один из вариантов — конкурсы и голосования.

Алгоритм прост: администраторы придумывают конкурс, определяют даты проведения, критерии оценки и призы, а сотрудники публикуют контент, голосуют друг за друга, обсуждают результаты. Обычно итоги определяются автоматически на основе лайков пользователей.

Цифровые инструменты помогают стереть границу между офисным персоналом и синими воротничками — предоставить пространство для общения и лучше понять друг друга. И в этой ситуации задача компании — стать культурным переводчиком, который с каждым говорит на его языке. Будущее за открытой коммуникацией между людьми на всех уровнях, и от того, сможет ли компания этого добиться, во многом зависит и ее собственный успех на рынке. Чем больше сотрудники погружены во внутреннюю жизнь компании, тем выше их лояльность и стремление к тому, чтобы показать лучшие результаты.