

Lighthouse
C.A.R.E.S.
prezentuje



Halo! Czy jest tam ktoś?

O komunikacji wewnętrznej w "nowej rzeczywistości"

Po ponad 14 miesiącach od ogłoszenia ogólnoświatowej pandemii powoli odsłaniamy twarze, ogródki restauracyjne, miejsca kultury i hotele zapełniają się, a pracodawcy zapraszają pracowników do biur. Zachowywanie odstępów, dezynfekcja, zasady korzystania z powierzchni wspólnych – te wszystkie pozycje są już odznaczone na checklistach firm.

Oprócz przestrzegania rygoru sanitarnego jest jednak jeszcze jedna ważna rzecz, bez której praca zespołów jest znacznie trudniejsza i zdecydowanie mniej efektywna – komunikacja.

W dzisiejszym poradniku przyjrzelśmy się bliżej temu, jak model pracy i wewnętrzne kanały przekazu zmieniły się w obliczu pandemii.

Przygotowaliśmy również kilka porad i rozwiązań, które warto mieć na uwadze przy organizacji firmowej struktury komunikacji w "nowej rzeczywistości".

Zapraszamy do lektury!

 Lighthouse



Nowe otwarcie

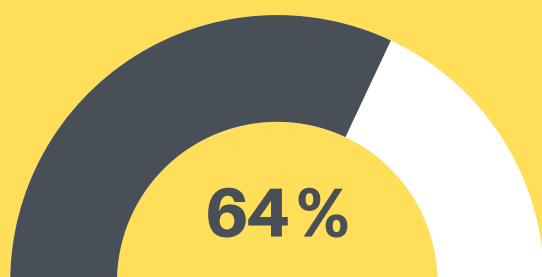
Pandemia w bardzo krótkim czasie zmusiła pracodawców do wdrożenia nowego modelu pracy. Część firm w całości przeszła na tryb zdalny, część wybrała formułę hybrydową.

Ten układ początkowo wymuszony przez sytuację epidemiologiczną, z czasem nabrał sensu. Okazało się, że niektórzy pracownicy zdecydowanie sprawniej wykonują zadania przebywając w domowym zaciszu. **W rezultacie, coraz więcej firm zastanawia się nad tym co dalej? Czy model wprowadzony w okresie pandemii, sprawdzi się w przyszłości?**



Perspektywa pracownika

Jak wynika z badań przeprowadzonych przez Grafton Recruitment i CBRE:



pracowników chce kontynuować pracę w modelu hybrydowym



chce pracować z domu przez 4 dni w tygodniu

Perspektywa pracodawcy

Zgodnie z wynikami ankiety ManpowerGroup i HRLink:

55% pracodawców zamierza pozostać przy pracy zdalnej (w różnym zakresie)



a **co czwarta** organizacja planuje powrót do biur w pełnym wymiarze czasu pracy



Nie bez znaczenia pozostaje także czynnik ekonomiczny. Mniej pracowników działających stacjonarnie, to mniejsza powierzchnia biur, czy niższe koszty eksploatacji. **Wniosek jest jeden – w wielu firmach model i zasady pracy w większym lub mniejszym stopniu ulegną zmianie. Czy wraz z nim zmienić powinno się także podejście do komunikacji z pracownikami?**



Tak samo, a jednak inaczej..

Patrzenie na nasze otoczenie w oderwaniu od tego, co wydarzyło się w minionym roku, jest dziś niemożliwe. Maseczka w kieszeni w drodze na spacer, płyn do dezynfekcji rąk w bocznym schowku w samochodzie, unikanie kontaktu z innymi osobami, gdy czujemy się przeziębieni – to nawyki, które z nami pozostaną. Podobnie rzecz ma się z relacjami ze współpracownikami i tym, jakiej komunikacji oczekujemy w miejscu pracy.



Krótko mówiąc

Ograniczenie bezpośrednich kontaktów przełożyło się na lawinowy wzrost liczby wiadomości jakie wymieniamy za pośrednictwem skrzynki mailowej. Im więcej komunikatów otrzymujemy, tym mniej czasu poświęcamy na ich przeczytanie. Oczekujemy prostych i zwięzłych informacji. Tylko takie jesteśmy w stanie przyswoić i zapamiętać.



Uczciwie i z empatią

Niepokój i lęk to uczucia, do których przyznaje się dziś coraz więcej osób. Stres nie jest najlepszym doradcą, a na pewno nie motywuje i nie pomaga w wykonywaniu zawodowych obowiązków. Empatia, uczciwość i dobre słowo, stają się coraz bardziej wartościowymi i niezbędnymi elementami komunikacji w firmach.



Na zaufaniu warto budować

Zgodnie z wynikami tegorocznego badania **Edelman Trust Barometer**, w szumie informacyjnym spotęgowanym przez pandemię COVID-19, aż **61 proc.** badanych wskazało swojego pracodawcę jako wiarygodne źródło wiedzy. Liczba fake newsów pojawiających się w mediach sprawia, że to właśnie te informacje, które są nam przekazywane w miejscu pracy, uznajemy za sprawdzone.



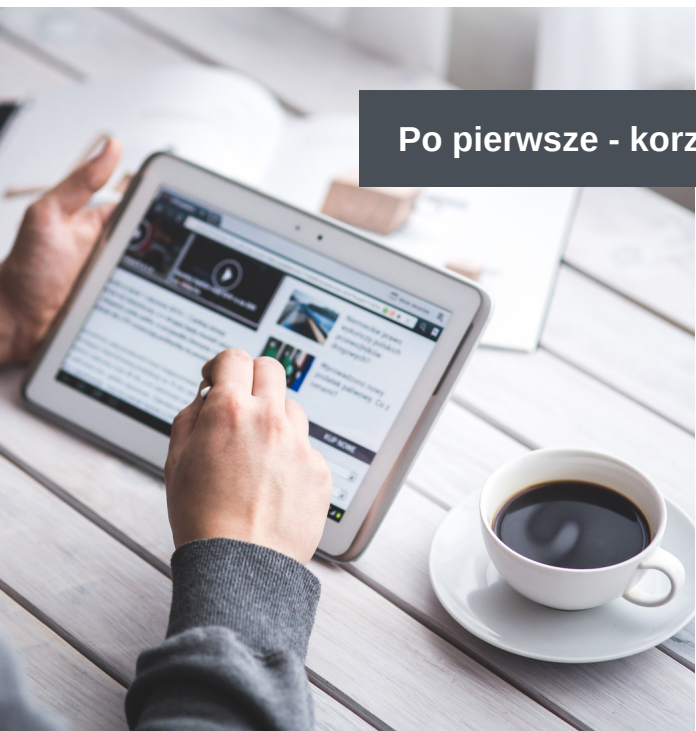
Różni, różnorodni

Zespół to suma osobowości. Jeden kanał komunikacji nie zaspokoi oczekiwań wszystkich pracowników. Aby wymiana informacji odbywała się w płynny sposób, należy sięgać po różne narzędzia komunikacji. To samo dotyczy modelu pracy czy struktury zatrudnienia – platforma sprawdzająca się w relacjach z pracownikami biurowymi, niekoniecznie zda egzamin w przypadku osób pracujących w terenie, czy na wydziałach produkcyjnych.

Co dalej...

Pandemia niewątpliwie pozostawiła po sobie ślad. Zdywersyfikowała modele i zasady pracy, zmieniła oczekiwania oraz potrzeby komunikacyjne pracowników.

Na co wobec tego należy zwrócić uwagę i gdzie rozłożyć akcenty, przy budowaniu skutecznej struktury komunikacji wewnętrznej w "nowej rzeczywistości"?



Po pierwsze - korzystajmy z digitalu i róbmy to odważnie

1

Cyfryzacja przyspieszyła, a wraz z nią zmieniło się nastawienie pracowników do narzędzi online. Nawet jeśli zdecydujemy się na powrót do pracy stacjonarnej, nie rezygnujemy z tej formy komunikacji. Wręcz przeciwnie, weźmy z niej co najlepsze. Listy od CEO zastąpmy krótkimi nagraniami video publikowanymi w Intranecie. Udostępnijmy pracownikom stałą, nieformalną, platformę wymiany informacji np. Slack.

Możliwości jakie daje nam digital są ogromne, nie bójmy się z nich korzystać.

2

Po drugie - zaprośmy pracowników "do stołu"

Przeanalizujmy jak wygląda nasza organizacja: kto w niej pracuje, jacy są to ludzie, jaki jest obecnie ich model pracy. Zapytajmy pracowników wprost, jak oceniają narzędzia komunikacji działające w firmie. Jeśli struktura jest złożona, zaprośmy przedstawicieli każdego z obszarów do współtworzenia firmowego newslettera czy biuletynu pracowniczego. W myśl zasady **"nic o Was bez Was"**.





Po trzecie - bądźmy autorytetem, inspirujmy

3

Wykorzystajmy rolę jaką pracodawcy przypisała pandemia. Na kanwie obowiązków informacyjnych wynikających z obostrzeń i rygoru sanitarnego, wprowadźmy do komunikacji wewnętrznej treści z zewnątrz. Dzielimy się z pracownikami ważnymi informacjami ze świata, organizujemy cykliczne spotkania z ekspertami, aby inspirować zespoły w obszarach ważnych dla naszego biznesu. **Obalajmy mity i zachęcajmy do dyskusji.**

4

Po czwarte - pozostawmy uchylone drzwi

Każdemu z nas statusy z okresu lockdownu będą kojarzyć się z głosami dzieci i szczekaniem psów - dzieleniem się codziennością. Wraz z powrotem do "normalności", nie odgradzajmy się od pracowników murem. Jeśli zdecydujemy się na wdrożenie hybrydowego modelu pracy, pozostawmy przy statusach online, by każdy mógł wziąć w nich udział. Jeśli do tej pory nie korzystaliśmy z narzędzi feedbackowych - **dajmy pracownikom możliwość dzielenia się opinią z zarządem np. w ramach "otwartych drzwi".**



Po piąte - oddajmy pola managerom

5

Nawet najbardziej rozbudowana struktura komunikacji, nie zagospodaruje potrzeb wszystkich pracowników. Aby była efektywna, niezbędna jest w niej rola przełożonych. To oni najlepiej znają swoje zespoły i to do nich trafiają pierwsze wątpliwości. Pracujmy z nimi nad umiejętnościami komunikacyjnymi, aby czuli się pewnie w relacjach z pracownikami. Na podstawie ostatnich wydarzeń, **edukujmy czym jest zmiana i jak zarządzać emocjami w zespołach.**

Elastyczność, szybkość, zaangażowanie i otwartość to zasady, które sprawdzają się w komunikacji wewnętrznej. Zawsze.





U mnie działa! Czy na pewno?

Dobrze zorganizowana komunikacja wewnętrzna wpływa korzystnie na atmosferę w zespołach i efektywność wykonywanej pracy, buduje także całościowy wizerunek firmy jako organizacji oraz pracodawcy. Zanim wrócimy do "normalności" sprawdźmy, czy struktura komunikacji obowiązująca w naszej firmie jest skuteczna.



- Czy w mojej firmie istnieją kanały komunikacji umożliwiające przekazywanie informacji na poziomie kierownictwo-pracownik oraz pracownik-pracownik?
- Czy statusy, zebrania, spotkania robocze, odbywające się dotychczas stacjonarnie, otrzymały swój odpowiednik w formie zdalnej?
- Czy podczas pandemii, częstotliwość i liczba tych spotkań została utrzymana na wszystkich poziomach?
- Czy narzędzia komunikacji, z których obecnie korzystamy w firmie, pozwalają na dotarcie do wszystkich pracowników (pracujących stacjonarnie, zdalnie, w terenie / w regionach)?
- Czy pracownicy pracujący w różnych modelach pracy, mają możliwość kontaktu / wymiany informacji oprócz mailowego, telefonicznego lub za pośrednictwem wideokonferencji?
- Czy oprócz rozmów służbowych, pracownicy mają możliwość interakcji z kierownictwem / managerami na nieformalnym poziomie? Czy są organizowane spotkania świąteczne, umowna kawa online?

Jeśli odpowiedź na większość pytań brzmi **NIE**, warto przyrzeć się bliżej narzędziom komunikacji wewnętrznej wykorzystywanym w firmie i wprowadzić zmiany, z korzyścią dla pracowników i całej organizacji.



Jeśli masz pytania dotyczące tego poradnika albo potrzebujesz wsparcia w budowaniu relacji z pracownikami czy realizacji aktywności komunikacyjnych – zadzwoń lub napisz do nas. Pomożemy Ci opracować plan działań i odnaleźć się w cyfrowej rzeczywistości.

O LIGHTHOUSE

Jesteśmy firmą doradztwa komunikacyjnego. Łączymy PRowe podejście do tworzenia angażujących treści z ich skuteczną dystrybucją, charakterystyczną dla marketingu. Lubimy podejmować wyzwania, a trudne tematy to nasza specjalność. Jesteśmy częścią jednej z największych agencji komunikacyjnych na świecie Edelman oraz należymy do Związku Firm Public Relations.

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI!



601 06 66 46



www.lhse.pl



www.linkedin.com/lighthousepolska



www.facebook.com/Lighthouse.Polska



www.lhse.pl/podcasty



Studio Lighthouse