

PREMIUL PENTRU CEA MAI BUNĂ UTILIZARE A TEHNOLOGIEI ÎN COMUNICAREA INTERNĂ Employer Banding Awards 2023



PROVOCARE



Cu o cultură bazată pe dezvoltare continuă și un portofoliu de produse și servicii în creștere, SERGIANA risca să piardă ce avea mai de preț: spiritul de familie, care a ținut vie flacăra tradiției și a diferențiat compania într-un peisaj al industriei dinamic și eterogen.

Principala provocare a fost aceea de a găsi un răspuns întrebării care frământa Grupul: **Cum să rămânem uniți în jurul a ceea ce ne-a adus aproape de la început?** și o soluție scalabilă, indiferent de numărul membrilor familiei Sergiana, astfel încât să fie toți la aceeași masă, să se simtă cu adevărat o familie, să păstreze tradițiile, să fie tratați echitabil. Acest lucru era posibil numai printr-o implicare voluntară și permanentă a tuturor, un efort deosebit.

CONTEXT

Pe o piață matură și extrem competitivă, cu o preocupare permanentă pentru calitatea produselor și siguranța alimentară, provocările sunt constante.

Sergiana se distinge în acest peisaj economic ca păstrător al unor tradiții locale valoroase, reușind să se adapteze continuu la exigențele în creștere ale consumatorilor și ținând piept cu mândrie marilor jucători de pe această piață.

SERGIANA este o companie de familie, 100% românească, a cărei poveste începe în urmă cu 30 de ani, într-o mică brutărie de sat, unde „mama Leti”, bunica familiei, frământa prima pâine Sergiana, iar copiii ei pregăteau ingredientele pentru ceea ce avea să devină cea mai de succes poveste antreprenorială locală.

Brandul Sergiana este astăzi cel mai iubit brand brașovean și unul dintre cele mai autentice branduri românești, apreciat sincer de consumatori și multiplu premiat de specialiști ai industriei, național și internațional.

De la mica brutărie rustică, Sergiana a devenit un lanț integrat de zeci de ferme, abatoare, magazine și restaurante, cu mii de angajați. Familia Sergiana s-a extins, așadar, de la cei câțiva membri, care au pus bazele companiei, la aproape 1200 de angajați, iar nevoia de a păstra viu spiritul tradițional familial a crescut.

OBIECTIVE

Obiectivele au fost stabilite în urma unui audit intern, la care a participat și managementul de top și care a vizat subiecte organizaționale strategice, cu scopul creșterii calității comunicării, implicării și performanței angajaților.

OBIECTIVUL GENERAL a fost acela de a satisface nevoia angajaților de apartenență la comunitate, de a îi ține uniți, motivați și implicați, de a-i face să se simtă, într-adevăr, ca o mare familie.

OBIECTIVELE SPECIFICE au fost stabilite prin audit intern. S-au captat principalele nevoi de comunicare internă și s-au identificat probleme cauzate de o comunicare întârziată, distorsionată și de canalele de comunicare.

- Implementarea unei strategii coerente, consecvente și transparente de comunicare
- Îmbunătățirea comunicării și colaborării interne, prin crearea unui mediu de lucru uman, autentic, în care angajații sunt încurajați să comunice deschis.
- Alinierea angajaților la valorile, misiunea și viziunea companiei și conștientizarea importanței contribuției personale la obiectivele de business ale companiei.

Demersul atingerii acestor obiective trebuia să fie unul unificator și relevant pentru întregul grup, pentru a genera entuziasm și aderare.

Operationalizarea mai multor procese, de la identificarea nevoilor și oportunităților, până la implementare implementarea soluției Co-Factor, menită să stimuleze comunicarea, să ofere angajaților posibilitatea contribuției personale și sentimentul de apartenență la o comunitate.



ETAPA 1

Audit intern privind satisfacția angajaților.

S-au revelat probleme cauzate de o comunicare întârziată, distorsionată, în parte datorată mijloacelor de comunicare învechite. Am identificat oportunități de schimbare și s-a impus nevoia utilizării unei platforme digitale de comunicare (ulterior, implementând Aplicația Co-Factor).

ETAPA 2

Pre-lansare – pregătirea tehnică a platformei, pentru lansare:

- Am ales o soluție SaaS, s-a creat în Cloud infrastructura dedicată (furnizor de Cloud din Europa, pentru a respecta GDPR)
- Efectuarea testelor de Securitate
- Personalizarea platformei (grad înalt de customizare)
- Preluarea la zi a angajaților
- Configurarea și personalizarea categoriilor de comunicare, a grupurilor de interes
- Configurarea notificărilor și logării în Aplicația Mobilă.

ETAPA 3

Lansare și derulare

Odată configurată, platforma a fost promovată online (blog intern, e-mail) și offline (afișe în locațiile SERGIANA și vizite ale managerilor în 70% din locații).

Managementul a beneficiat de training, iar top managementul a sprijinit proiectul în toate etapele. Numele **SERGI** a fost ales prin votul universal al angajaților și a generat imediat atracție, prin familiaritatea transmisă lor.

SOLUȚIA



SERGI este un ecosistem social digital (web și mobile app), propice comunicării transparente, populat cu conținut relevant pentru angajați.

Comunicarea se realizează **bidirecțional și transversal**, iar feedback-ul este încurajat. Pagina principală etalează toți activatorii și e structurată după natura nevoii de utilizare:

În spațiul privat: aplicația îi aduce fiecărui angajat informațiile relevante pentru el/ea, poate comunica pe chat, poate oferi și primi feedback, poate oferi apreciere etc. Aici intră și grupurile de interes, unde comunicarea este disponibilă doar membrilor grupului (departamente, restaurante etc).

În spațiul public: toată comunitatea are acces la fluxul de comunicare de interes general, unde se creează engagement prin comentarii, apreciere, distribuție etc. Comunicările se diferențiază prin șabloane dedicate diverselor tipuri de comunicare: anunț, eveniment (care se adaugă automat în calendar), job-uri și altele.

Meniul intuitiv și interactiv este format din **funcționalități multiple**, oferă o varietate de abordări, atinge toate categoriile de angajați (white collars și blue collars). Bannerele (carousel) din pagina principală promovează inițiative/evenimente în derulare, iar widget-urile permit accesarea rapidă a rubricilor care promovează cultura organizațională („Misiune, Viziune, Valori”) sau oferă acces la „Lista de Evenimente”, la „Formulare Resurse Umane”, la „Posturi disponibile” sau la „Echipa Sergiana”.

Alte exemple:

„Asociația Sergiana” - angajații pot vedea programele de CSR

„Concursuri” - provocări ce creează implicare (concursuri foto, de inovare etc.).

„Comunitate” - în organigramă sunt înregistrați toți colegii, cu profil personal (nume, poziție, locație, contact); „zile de naștere” și “colegi noi” oferă posibilitatea angajaților de a se felicita

„Aprecieri” - colegii își acordă insigne și medalii, transmit felicitări și mulțumiri, se aplaudă și apreciază

Widget „Vocea Angajatului” - oricine poate transmite idei de îmbunătățire.

Angajații s-au implicat enorm și au semnalat probleme sau soluții ingenioase.



INSTRUMENTE HR

S-au instrumentalizat sesiuni de comunicare internă cu angajații pentru a-i stimula, a-i motiva și pentru a-i familiariza cu platforma SERGI, precum și activarea lor continuă prin comunicarea transparentă a informațiilor.



Pentru **umanizarea procesului** bazat pe tehnologie, am asociat un sistem de gamificare, care oferea aprecierea angajaților în timp real.

Pentru o **comunicare cât mai eficientă** și pentru a cultiva un **engagement înalt al angajaților**, subiectele de discuție din modul au fost împărțite pe cercuri de interes. Fiecare angajat are posibilitatea postării unui mesaj, libertatea de a oferi un feedback pozitiv oricărui coleg, de a-și aduce contribuția prin adăugarea unui comentariu sau, pur și simplu, de a felicita un coleg care își sărbătorește ziua de naștere.

Principalul canal utilizat pentru comunicarea internă este platforma digitală SERGI. Am reușit **să unificăm și să coerențizăm toate procesele interne care țineau de adresarea de mesaje, de interacțiune, de informări și notificări de interes general sau particular într-un singur canal inovativ, care funcționează ca un bazin în care toate celelalte canale tradiționale se reunesc.**

Astfel, angajații pot comunica prin funcționalitatea chat, compania promovează diferite acțiuni prin bannere, postate pe pagina principală a platformei. De asemenea, sunt utilizate formate grafice statice sau dinamice (fotografii, carousel, clipuri video) pentru a atrage atenția asupra unor teme importante, care nu vrem să se piardă în fluxul de informație scrisă. Principala caracteristică a acestor formate este faptul că sunt toate digitalizate, lucru ce permite înmprospătarea lor constantă, transmiterea informațiilor către angajați în timp real și economia de resurse.

REZULTATE

Încă de la lansare, rata de adopție a SERGI fost mare și a crescut organic, odată cu promovarea noii strategii de comunicare internă și cu familiarizarea angajaților cu aplicația. În prezent, aproape toți angajații sunt înregistrați în comunitatea SERGI. Am obținut, astfel, un mediu autentic, uman, în care oamenii contează și comunică cu adevărat între ei.

În urma implementării am obținut atingerea obiectivelor cu care am pornit la drum, însă cel mai mare câștig al proiectului este dat de faptul că angajații au îmbrățișat cu entuziasm și în proporție copleșitoare procesul și platforma.

Pentru a-i ține implicați, echipa editorială a gândit un calendar care să acopere cele mai diverse arii de interes personal și profesional (wellbeing, cultură, educație, job-uri disponibile, aniversări, facilități pentru angajați, rețete culinare etc.). În perioada 13.09.2022 – 28.07.2023, s-au înregistrat 75.500 de vizitatori unici.

Iată și câteva date, la 6 luni de la lansare, care arată gradul de interacțiune a angajaților în platforma **SERGI**:

Medie de interacțiuni/lună: aprox. 7.730/lună

Medie de vizualizare fără reacție a postărilor: aprox. 15.800/lună

Medie de LIKES/COMMENTS/SHARE/SUBSCRIBE: aprox. 830/lună

614 postari (anunțuri, notificări, sugestii etc.), 6000 de reacții, 700 de comentarii

PREMII



Premiul pentru cea mai bună utilizare a tehnologiei în comunicarea internă. **EMPLOYER BRANDING AWARDS 2023**

Juriul a apreciat în mod deosebit originalitatea proiectului, maniera extrem de personalizată și transparența cu care a fost implementat.



CO-FACTOR este una dintre cele mai creative companii de tehnologie și consultanță organizațională din România, care livrează rezultate printr-o Platformă Digitală centrată pe angajat și orientată pe cele 4 procece organizaționale majore:

**COMUNICARE
INTERNĂ**

**IMPLICAREA
ANGAJAȚILOR**

**MANAGEMENTUL
PERFORMANȚEI**

**EVALUARE
360**