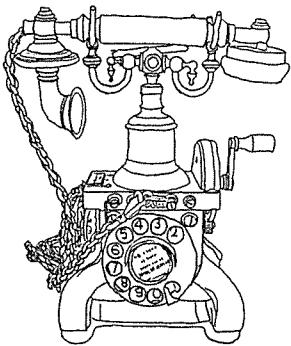
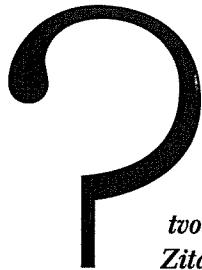


Potrebujuete radu?

Máte problém týkajúci sa vašej kariéry? Napíšte nám



na Facebook alebo na adresu redakcie redakcia@womanmagazin.sk a naše odborníčky na personalistiku a kariérne poradkyne vám poradia a pomôžu vyriešiť vaše problémy.



Ako môžem dosiahnuť, aby zamestnanci v mojej malej rodinej firme (je nás deväť) viac vnímali dôležitosť dobrého mena a aj aktívne tvorili pozitívny imidž mojej spoločnosti na trhu?

Zita, Žilina



Odpoved' začнем tým, čo je pri spoločnom budovaní dobrého mena akejkoľvek organizácie podstatné: Ako majiteľka začnite používať zámeno „my“ a nie „ja“. Robte to čo najčastejšie, až dovtedy, keď už všetci vaši zamestnanci budú automaticky používať slovné spojenie „naša spoločnosť“. Vtedy bude aj ich správanie a výkonnosť také, ako keby pracovali vo vlastnej firme. A aj dobré meno spoločnosti a jej reputácia sa budú tvoriť ľahšie.

Známy Reputation Institute so sídlom v New Yorku desať rokov hodnotil svetovo významné spoločnosti. Jedným z výsledkov výskumu bolo, že silná firemná reputácia je založená na štyroch konceptoch: obdiv, dôvera, dobrý pocit a celková väžnosť. Výskum tiež naznačil, že k faktorom zvyšujúcim reputáciu firmy na trhu patrí snaha vrátiť spoločnosti to, čo do nás vložila a transparentnosť obchodných praktík. Toto sú hodnoty, ktoré treba získať aj vo vašej spoločnosti medzi vašich deväť ľudí. A pričiniť sa k aktívному žitiu týchto hodnôt. O transparentných obchodných praktikách sa teraz nebudem zmieňovať, sú samozrejmosťou, ak chcete budovať dobré meno...

Niektoré firmy sú vďaka sfére pôsobenia (aj dĺžke pôsobenia) pravdepodobne svojimi zamestnancami aj spoločnosťou rešpektované viac (Coca-Cola, Volkswagen). Takisto neziskové organizácie, resp. tretí sektor a spoločnosť, ktorých produkty alebo služby prispievajú k všeobecnému blahu, ochraňujú zdravie alebo životné prostredie, majú dobré meno na trhu a sú zamestnancami i spoločnosťou ako-takou rešpektované akosi automaticky.

Nemusíte byť práve takouto spoločnosťou, aby ste vašich zamestnancov inšpirovali. Nezáleží na tom, akú službu či produkt poskytujete, alebo aká veľká je vaša rodinná firma. Vždy môžete konať spôsobom, ktorý zvýši rešpekt vašich za-

mestnancov a významne prispeje k budovaniu dobrého mena na trhu. Spoločensky zodpovedné podnikanie je riešením a odpoveďou na to, ako budovať dobré meno na trhu a pozitívny imidž pre zákazníkov aj ako zamestnávateľ. Zvyšovanie rešpektu zamestnancov voči spoločnosti si nevyžaduje nákladné a zložité aktivity. Napríklad zamestnanci čistiarne šatstva môžu zbierať nepotrebné zimné bundy a kabáty a po vyčistení ich môžu venovať ľuďom v núdzi alebo bezdomovcom, alebo zamestnávateľ môže zorganizovať darovanie krvi vo firemných priestoroch s dňom voľna navyše. Firma, ktorá vyrába nábytok, dodá nové skrinky pre materskú školu, ktorú navštievujú deti ich zamestnanca. Zamestnanci sú zvyčajne hrdí, že pracujú pre spoločnosť, ktorá sa zaujíma o ľudí a o prostredie, v ktorom žijú. Každá firma má potenciál pomôcť ľudom aj okoliu, a tak získať dobré renomé.

Zapojte vašich zamestnancov do príprav, dovolte im prísť s vlastnými nápadmi. Zapojte ich hned' na začiatku. Nech oni rozhodnú, komu môžu prostredníctvom svojho zamestnávateľa. Zamerajte sa na projekty, ktoré budete môcť dokončiť v kratšom časovom horizonte, napr. v rámci jedného dňa. Ľudia sa budú cítiť spokojnejší a budú hrdí, ak aktivitu uvidia od začiatku do konca. Čím je výsledok konkrétnejší a jeho účinok dlhší, tým viac inšpiruje a presvedčí (napr. výsadba stromčekov v Tatrách). Ľudia radi na niečo ukážu a povedia: „S týmto som pomáhal ja a naša firma!“ Udalosť dokumentujte a „zdieľajte“. V čase digitálnych médií majú fotografie a videá mnohoraké využitie. A vy ako majiteľka buďte vždy príkladom a poskytujte aktívnu podporu.

Ing. Ladislava Molnárová
senior manažérka,
poradenstvo v oblasti rozvoja ľudského kapitálu