

# HAPPINESS MANAGER: celý deň rozdáva úsmev

Nemusia ľudí na pracovisku rozveseľovať, ale dávajú im pocit, že môžu ovplyvňovať chod firmy, samostatne sa rozhodovať, jednoducho sú pre zamestnávateľa dôležití. Veria, že šťastní zamestnanci sú lepší, výkonnejší a spokojnejší. Naprogramovať si takýto stav pomáhajú manažéri šťastia.



Súčasný trend ukazuje, že úspešnými sa stávajú spoločnosti, ktoré rozvíjajú ľudský potenciál a majú manažera šťastia.

**N**ízka nezamestnanosť v posledných rokoch spôsobila, že zamestnanci si môžu určiť pracovné podmienky na pracovisku, na ktoré majú nastúpiť. Chcú dobrú prácu, ktorá ich bude naplňovať, benefity, ktoré ich zaujmú, a ešte niečo, čo ich vo firme skutočne udrží... Nie sú to chill-out zóny ani flexibilné úväzky či posilňovňa priamo v kancelárii – inak povedané, ľuďom sa musí dobre a spokojne pracovať. Trendom posledných rokov je takzvaný happiness manager, ktorý v sebe kombinuje niekoľko funkcií. Snaží sa udržať súdržnosť tímu, dobrú náladu zamestnancov a vytvára im príjemné i inšpiratívne pracovné prostredie. Funguje ako tmel, ktorý sa snaží ľudí naladiť na správnu firemnú energiu. Mnohé spoločnosti totiž pochopili, že služobné auto, telefón či vzdelávanie pocit šťastia zamestnancom neprivodia. Aké skúsenosti majú s danou pozíciou skutočne firmy?

## **ZOOT:** Komunikácia musí prúdiť obomi smermi

„Pozícia happiness manager sa k nám dostala zo Spojených štátov, kde sa tento termín a pozícia s ním spojená začala objavovať po roku 2003. U nás sa

## **zisk**

### Rady, ktoré sa nám vo firme ZOOT osvedčili:

- **Jasne si definujte firemné hodnoty, podľa ktorých si bude firma vyberať nových kolegov.**
- **Podporujte tímy aj jednotlivcov počas vypätých období v priebehu hlavnej sezóny.**
- **Usilujte sa o to, aby sa každý zamestnanec cítil užitočný a vypočutý.**

o ňom hovorí najmä v posledných dvoch rokoch a pomaly ho začína zavádzať viac a viac firiem,“ objasňuje pre Zisk manažment Veronika Maťašovská, PR manažérka spoločnosti ZOOT SK, internetovej predajne oblečenia a doplnkov. Čiastočnou inšpiráciou pre ich firmu bola americká spoločnosť Zappos a pozíciu manažera šťastia (manager of happiness) nakoniec zaviedli aj v ZOOT-e. „Naším hlavným cieľom je urobiť radosť predovšetkým zákazníkom a aby sme to dosiahli, musíme mať predovšetkým spokojných zamestnancov. Na tomto princípe staviame od samého začiatku, a preto sme mali takého človeka v tíme,“ dodáva Maťašovská.

Manažér šťastia by mal byť zároveň psychológ či terapeut a sledovať a dbať na to, aby boli ľudia vo firme spokojní. „Ide nielen o stmelenie tímov a plánovanie spoločných aktivít, ale aj o každodenné koučovanie jednotlivcov. Táto pracovná pozícia zahŕňa aj dohľadanie na firemné hodnoty a zaujíma sa, aké sú vo firme vzťahy,“ spresňuje Veronika Maťašovská. Snaží sa o to, aby komunikácia správne prúdila nielen zhora dole, ale aj opačných smerom.

Náplňou práce happiness managera by nemalo byť vymýšľanie usmerení, ale skôr ľudí primäť k out-of-box premýšľaniu. „Každý deň je trochu iný. Okrem happiness projektov máva happiness manager na starosti aj bežnú HR agendu. Je v dennom kontakte s ľuďmi a v rámci mítingov ako s jednotlivcami, tak aj s celými tímami, kde rieši ich dynamiku a to, čo ich trápi. Na programe dňa býva aj koučing jednotlivcov. Pracoval aj s ľuďmi vo výdajniach a v sklade,“ dopĺňa PR manažérka spoločnosti ZOOT SK. Dodržiavať iba naplánované aktivity nestačí a občas je potrebné konať a zasiahnuť spontánne. Typickým príkladom sú tenznejšie obdobia okolo Vianoc, keď veľa koučov prebieha aj počas dňa.



Doprajme zamestnancom, aby pracovali u vás radi.



Šťastný a spokojný zamestnanec je motivovanejší, produktívnejší a výkonnejší.

## ZARAGUZA: Ideálne je, ak niekto manažuje s úsmevom

Svet reklamy je špecifický svojím rýchlym a náročným pracovným nasadením. Pracuje sa na niekoľkých projektoch zároveň, deadlines sú na dennom poriadku a nadväznosť jednotlivých krokov je podľa slov Martina Blaška, generálneho riaditeľa spoločnosti ZARAGUZA, kľúčová. „Ak príde v akejkoľvek fáze práce k chybe či oneskoreniu, je to problém, ktorý naruší ostatnú prácu. Preto je dôležité mať niekoho, kto má priestor v týchto procesoch viac pozornosti venovať samotným ľuďom, ktorí úlohy plnia – myslieť na ich pracovné podmienky a spokojnosť, ale aj budovať firemnú kultúru, v ktorej sa cítia príjemne a ktorá pomáha zmierniť pracovný stres,“ objasňuje nám. V Zaraguze mali šťastie, že našli človeka, ktorého to baví a ktorý si náplň práce aj sám vytvára, keďže má potrebný nadhľad a všimne si niektoré veci skôr ako ostatní.

## Práca s ľuďmi musí prinášať potešenie

Človeka na pozíciu manažera šťastia našli z externého prostredia. Išlo o novú pozíciu, ktorá v sebe čiastočne spájala dve ďalšie pozície. „Na tejto pozícii musí byť niekto, komu práca s ľuďmi prináša potešenie – kto rád trávi s nimi čas a je pre neho prirodzené spoznávať ich. Každý človek je individualita, musí preto mať aj trošku nadania na psychológiu a vnímať rozdiely medzi ľuďmi. Tiež musí vedieť,

## zisk

### Rady, ktoré sa v agentúre ZARAGUZA osvedčili:

- **Manažér šťastia by mal byť odrazom kultúry firmy, mal by predstavovať hodnoty, ktoré firma prezentuje.**
- **Dnes ľudia hľadajú v práci predovšetkým zmysel, potrebujú rozumieť tomu, prečo robia to, čo robia.**
- **Je dôležité otvorene komunikovať o zámeroch a víziách firmy** i príčinách dôležitých rozhodnutí.
- **Jednoducho podporujte ľudí v rozvoji, počúvajte ich názory a komunikujte s nimi.**
- **Vytvorte prostredie spolupatričnosti, komunitu, ktorá s nadšením pracuje na spoločnom ciele.** Vyžaduje si to trpezlivosť, rešpekt k druhému, zapojenie všetkých.
- **Dôležité je nezabudnúť aj na zábavu pri práci: radosť a humor prinášajú väčšiu kreativitu a odvahu.**

ako s nimi komunikovať, ušimáť si, čo ich robí spokojnými v práci a ako môže firma jednotlivcom pomôcť rozvíjať ich potenciál,“ objasňuje Martin Blaško. Niektoré, kto vie počúvať, pochopiť, nájsť riešenie. A ideálne je, ak to zvládne robiť s úsmevom na tvári.

### Rôznorodá práca vo firme i v teréne

Práca manažera šťastia v reklamnej agentúre Zaraguz je v znamení byť tu

pre ľudí. To podľa slov generálneho riaditeľa zahŕňa aj maličkosti typu „vyrieš môj pokazený notebook“ cez „panika, nemáme kávu v kuchynke“ až po zásadné rozhovory o zmysle práce a bežiacich procesoch, o príčinách spokojnosti i nespokojnosti zamestnanca na jeho pozícii. „Najväčšou právomocou nášho manažera šťastia je čas, presnejšie možnosť venovať dennodenne svoju pozornosť radostiam a starostiam súvisiacim s projektmi a úlohami a vzťahmi medzi kolegami. Participuje na výbere nových kolegov i stážistov, je prvým sprievodcom nových ľudí na pracovisku. Môže navrhovať inovácie, ktoré majú zjednodušiť, spríjemniť a skvalitniť prácu kolegov. A v neposlednom rade sa stará o organizáciu firemných raňajok, team-buildingov či spoločných aktivít.“

V odvetví reklamy sú obdobia, ktoré sú typicky náročnejšie než iné... Napríklad obdobie pred Vianocami alebo obdobie tendrov či začiatkov spolupráce s klientmi, keď sa už zabehnuté procesy prispôbujú novým podmienkam. „Ak treba, stáva sa priamo súčasťou tímu na prebiehajúcej úlohe či zabezpečuje back up spôsobom, ktorý reálne pomáha v náročných situáciách. U nás manažera šťastia uvidíte na stretnutí s klientom, pri oslave firemného úspechu aj pri diskusiách o prípadnom neúspechu. Iba tak môže rozumieť firme a ľuďom v nej,“ dodáva Martin Blaško. ■

Autor: Redakcia Zisk manažment

# Dôležité je, aby sa vo firme udomácnila ľudskosť



**Jenewein Group?** Prinášame jeho pohľad.

Na jednej strane je to trend. Presne v duchu: kto pracuje s chuťou a radosťou, je kreatívnejší a úspešnejší. Maximálne výsledky sa však nedosahujú len vďaka finančným a iným benefitom, ale aj vďaka lepším podmienkam, spokojnosti a správnej motivácii. Nie skvelé výsledky sú základom pocitu šťastia z dobre vykonanej práce, ale pocit šťastia je základom skvelých výsledkov. A práve tu môže zásadnú rolu zohrať vhodný človek v tíme, nech ho nazveme akokoľvek. Dôležitejšia než názov je totiž náplň práce a najmä optimálny mix odborných, manažérskych a najmä osobnostných charakteristík, ktorými disponuje.

## Nejde o hrozienka z koláča

Manažér šťastia nie je moderný názov pre asistentku/recepčnú, ktorá rozdáva úsmevy na všetky strany, stará sa o dostatok kávy a čistých šálok, skrášluje pracovné prostredie, z času na čas

zorganizuje posedenie pri pive po práci alebo firemnú párty. Všetko toto je fajn, avšak ide o jednotlivé hrozienka vyberané z koláča. Z dlhodobého hľadiska na to treba ísť inak. Respektíve k hrozičkám vhodne namiešať „základné cesto“ a naň navrstviť niečo, čo natrvalo ovplyvní firemnú kultúru, vzťahy, princípy a hodnoty, ktoré organizácia ako celok vyznáva a ktorými sa riadi. Nám sa to podarilo – naša Office & Happiness manažérka spĺňa všetko do poslednej bodky.

Pri správnom nastavení manažér šťastia výraznou mierou prispieva k čo najbezproblémovejšiemu fungovaniu firemných procesov z hľadiska plánovania a efektívnosti. Nástrojov, ktoré môže na splnenie tohto poslania využívať, je celý rad. Väčšinou však ide o nehmateľné a ťažko uchopiteľné záležitosti. Napríklad pozitívne emócie, kvalita vzťahov, interná komunikácia, spokojnosť, bezpečnosť, vzájomná dôvera, ocenenie, osobná i firemná zodpovednosť, etika a ohľaduplnosť, správanie jednotlivcov... Ide o súbor úloh vedúcich k budovaniu a udržiavaniu stabilného a spokojného tímu v súlade s firemnými hodnotami. Výnimkou však nie je, že sa na manažera šťastia kolegovia obracajú aj s osobnými vecami, ktoré sa práce týkajú len okrajovo.



Dajte si záležať na vašich zamestnancoch a zistíte si o happiness managemente viac.

## Talenty si treba vedieť udržať

Manažér šťastia nepokrýva prácu personálneho manažéra, hoci v niektorých bodoch sa ich pracovná náplň veľmi podobá. Záleží aj na tom, aké postavenie má v organizačnej štruktúre a ako blízko, respektíve ďaleko, má k majiteľom či vrcholovému manažmentu. V niektorých firmách je zapojený aj do procesu náboru nových posíl do tímu, kde však má skôr poradný, ako rozhodujúci hlas. Vďaka priamemu vplyvu na spokojnosť zamestnancov dokáže prispieť k zvyšovaniu ich angažovanosti a motivácie a znižovaniu fluktuácie, čo je v čase nedostatku a boja o kvalitnú pracovnú silu významnou hodnotou.

Okrem toho často vycíti negatívne trendy či nábeh na krízu vo firme alebo u jednotlivých zamestnancov ešte skôr, ako sa prejavia ich neraz zničujúce dôsledky. Ak sa vo firme podarí úspešne zaviesť inštitút manažera šťastia, nie je to len znamením snahy o neustále zvyšovanie efektivity a výkonnosti, ale aj prejavom spoločenskej zodpovednosti – najmä vo vzťahu k vlastným zamestnancom. Aj takto voči nim možno preukázať rešpekt a záujem.

V dobre spravovaných firmách zamestnancov baví pracovať naplno na zmysluplných projektoch a dosahovať

výnimočné výsledky, avšak pre dlhodobý úspech je dôležité poskytnúť im niečo navyše, zdieľať spoločný úspech i úspechy jednotlivcov a po veľkom nasadení si z času na čas vydýchnuť a spestriť každodennú rutinu. Takýto postoj je dôležitý najmä pre príslušníkov generácie Y, ktorá má už dnes výrazný podiel na trhu práce a pre ktorú je rovnováha medzi pracovným a osobným životom dôležitou prioritou.

## 6 rád: Kde zohnať vhodného kandidáta na pozíciu manažera šťastia?

1. Profil požiadaviek má odrážok viac

**1. ako dost. Neraz ide o personalistu, psychológa a terapeuta v jednom.** Byť kdesi uprostred medzi „tvrdým svetom biznisu a krehkými ľudskými bytosťami so všetkými pocitmi, emóciami, starosťami i radosťami“ nie je jednoduché.

**2. Správny manažér šťastia musí mať rád ľudí. Mal by byť empatickou, vyrovnanou a úspešnou osobnosťou,** ktorá rozumie človeku a životu, má životný nadhľad a schopnosť pozitívne myslieť, inšpirovať a motivovať ostatných.

**3. Jedným dychom však treba dodať, že manažér šťastia nie je zodpo-**

**vedný za vyriešenie všetkých ťažkostí a sťažností.** Nie je hovorcom, odborárskym predákom ani ombudsmanom zamestnancov.

**4. Jeho úlohou nie je odstrániť existujúce problémy** ani strategicky nastavovať či meniť firemnú kultúru. Musí jej však rozumieť ako celku, musí ju mať doslova „vpitú pod kožou“, pretože rovnako ako pre zamestnancov, je vo firme dôležitý aj pre majiteľov či vedenie.

**5. V princípe ide o to, aby sa vo firme udomácnila ľudskosť.**

Aby bolo cítiť, že ju netvorí množina individualistov, ale že ide o premyslene prepojený celok, v ktorom vládne tvorivosť, sloboda a vhodné podhubie na rast a rozvoj. Z času na čas podporené zábavou.

**6. Získať a udržať si odborne zdatných a lojálnych zamestnancov** je pre manažment jednou z najväčších výziev súčasnosti. Vlastne budúcnosti, pretože v čase neistého a neuveriteľne rýchlo sa meniaceho sveta musia mať firmy už dnes k dispozícii vhodných ľudí na pozície, ktoré budú potrebovať obsadiť zajtra. **A ak budú získané talenty v práci spokojné a šťastné, majú vyhrať. ■ (red)**



Ako riadiaci pracovník máte priamy vplyv na výkonnosť a náladu v tíme.