

ŚWIĄTECZNE SPOTKANIA FIRMOWE TO NAJLEPSZA OKAZJA DO INTEGRACJI ZESPOŁU

Firmowe eventy świąteczne, organizowane w ciepłej, nieoficjalnej atmosferze, sprzyjają budowaniu relacji i motywowaniu do pracy. To dobry moment na podsumowanie osiągnięć i podziękowanie za zaangażowanie.

Agnieszka Bednarczyk

W Polsce Wigilia jest okazją do refleksji, spotkań w gronie rodziny, przyjaciół, ale także podsumowań oraz integracji. Kojarzy się z miłym spotkaniem przy choince, pełnym ciepłych życzeń, albo wesołą zabawą z tradycyjnym posiłkiem, prezentami czy nagrodami. Wszystko to w niezwykłym świątecznym klimacie. Docelowo to istotny czynnik, pomagający w budowaniu solidnych podstaw i rozwoju każdej firmy.

Komunikacja wewnętrzna

Komunikacja wewnętrzna jest niezwykle ważnym narzędziem budowania kultury organizacji i przeciwdziałania kryzysom wewnętrznym. Teoretycy i praktycy PR zgodnie twierdzą, że komunikacja wewnątrz powinna być fundamentem wszystkich innych działań public relations. Jeżeli chcemy prowadzić sukcesywną relację z otoczeniem, musimy najpierw zadbać o właściwy i szybki przepływ informacji wewnątrz firmy. Środowisko wewnętrzne przedsiębiorstwa to największa siła firmy, to twarze prezentujące instytucję, w której są zatrudnieni. Pracownicy są najbardziej wiarygodnymi ambasadorami marki. Ich rekomendacje pozwalają na uzyskanie w oczach potencjalnych klientów i przyciągają się do tego, że „na zewnątrz” środowiska pracowniczego wypływa informacja o rzetelnej, solidnej i wewnętrznie spójnej firmie.

Istnieje wiele możliwości usprawnienia wewnętrznej komunikacji w firmie. Najczęściej stosowane to tablice informacyjne, wortale pracownicze, mailingi wysłane do wszystkich pracowników. Pracowników najbardziej integrują jednak imprezy firmowe. Święta Bożego Narodzenia i organizowane z tej okazji eventy należą do tych, które mają największą moc zbliżania ludzi,

łagodzenia konfliktów, budowania dobrych relacji i silnych zespołów.

Wielu przedsiębiorców uważa, że do sprawnego funkcjonowania firmy i stworzenia dobrego wizerunku marki, potrzebne są jedynie odpowiednie działania marketingowo-reklamowe. Wewnętrzne życie przedsiębiorstwa schodzi na dalszy plan. Tymczasem, aby realizować jak największe zamówienia i jak najlepiej sprostać oczekiwaniom klientów, potrzebna jest fachowa i solidna komunikacja wewnątrz firmy. Sporo firm nie docenia wagi działań wewnętrznego public relations, uważając je za całkowicie zbędne. Tymczasem pracownicy danej firmy mogą przyczynić się do jej poważnego kryzysu wizerunkowego. Według badań przeprowadzonych przez Harvard Business School – ponad 70 proc. kryzysów medialnych jest powodowanych przez obecnych bądź byłych pracowników. Pochylenie się nad ideą budowania relacji wewnątrz firmy to krok do stworzenia sprawnie funkcjonującego zespołu, pracującego w dobrej atmosferze przez cały rok.

Przepis na udany event

Na udaną imprezę świąteczną nie ma szablonu. Przed przystąpieniem do planowania organizacji tego typu działań należy dokonać odpowiedniego researchu, czyli zapoznać się z kulturą organizacyjną firmy, jej strukturą, potrzebami. Dopiero po analizie bieżącej sytuacji można przystąpić do tworzenia planu i scenariusza świątecznego kameralnego spotkania lub dużej, hucznej imprezy.

Warto jednak przemyśleć wybór miejsca, aby sprzyjało ono budowaniu cieplejszych relacji i było dobrą okazją do podziękowania za wkład pracy. Spotkania z pracownikami są standardowo organizowane albo w miejscu pracy, albo w wynajętych salach restauracyjnych, hotelowych czy konferencyjnych. To zależy od struktury i wielkości danego przedsiębiorcy. Najczęściej przebieg impre-

zy jest schematyczny i zawiera przemówienia kadry kierowniczej, prezentację wyników bądź nowych produktów, posiłek i czasami krótką część artystyczną. Zbudowanie przyjaznego i świątecznego nastroju wymaga czegoś więcej niż kolacja w prostym, neutralnym miejscu. Warto poszukać lokalizacji, która poza dobrym menu, miłą obsługą, zaoferuje także stosowną atmosferę oraz dogodną logistykę.

Bardzo ważnym aspektem udanego eventu jest dobrze przygotowany scenariusz i rzetelna, profesjonalna realizacja. Udany świąteczny event to nie tylko zabawa, ale także świadome tworzenie procesu grupowego, mającego na celu polepszenie interakcji członków zespołu. Często świąteczno-noworoczna okazja łączy się z ważnym dla firm momentem wyróżnienia najlepszych pracowników, podziękowań kierowanych w stronę kontrahentów czy klientów, podsumowań oraz nakreślenia planów i zadań na kolejnych dwanaście miesięcy. Spotkania te przyjmują różną formę i nie jest to jedynie kwestią budżetu, ale przede wszystkim specyfiki organizujących je instytucji, relacji – formalnych i nieformalnych – jakie panują wśród zaproszonych gości. Dobry organizator zawsze dokłada wszelkich starań, by wigilijne spotkanie pozostało w pamięci uczestników na dłużej. Kameralne spotkania przygotowujemy w biurze z pewnością ustępują pola profesjonalnie przygotowanym eventom, organizowanym w hotelach, restauracjach czy teatrach.

Komu zlecić organizację imprezy?

Pracodawcy często zadają pytania: „Czy zlecić organizację eventu agencji?”, „Czym różnią się takie działania od naszych?”. Wyspecjalizowane agencje zajmujące się komunikacją i organizacją eventów zdobywają latami wiedzę i doświadczenie z tego zakresu. Są w stanie przewidzieć, co będzie ważne przy planowaniu i realizacji określonego wydarzenia.

Wieloletnia praktyka uczy, że organizacja, nawet tych „najprostszych” eventów czy imprez, może być wielkim wyzwaniem i niesie za sobą pewne zagrożenia. Bardzo łatwo o popełnienie błędów czy nietaktu. Odpowiedni termin, miejsce, czas spotkania i lista jego uczestników. Czy zapraszamy kadrę zarządzającą i pracowników, czy rodziny z dziećmi, czy partnerów i kontrahentów. Narzucony luźny klimat spotkania może dla niektórych być bardziej paraliżujący niż formalne spotkanie twarzą w twarz z prezesem. Problematyczne może okazać się nawet symboliczne dzielenie opłatkiem, bowiem nie wszyscy pracownicy są skory do składania sobie życzeń czy wymieniania przyjacielskich uścisków w obecności innych.

Agencje eventowe biorą pod uwagę wszystkie aspekty, przygotowując plan dzia-



FOT. IZBRAF

WAZNYM ASPEKTEM UDANEGO ŚWIĄTECZNEGO EVENTU JEST DOBRZE PRZYGOTOWANY SCENARIUSZ I RZETELNA, PROFESJONALNA REALIZACJA

łania. Podstawą udanego eventu jest opracowanie strategii, poprzedzone poznaniem wszelkich okoliczności zewnętrznych oraz indywidualnych potrzeb. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu agencje stosownie układają plan pracy i harmonogram imprezy. Dodatkowym atutem korzystania z usług zewnętrznego partnera jest to, że ma bazę sprawdzonych podwykonawców oraz przetestowane różne rozwiązania merytoryczne, logistyczne i techniczne. Kompleksowa obsługa, sprawdzeni podwykonawcy i idealnie skomponowana oprawa uroczystości, nadają niebanalny charakter każdemu spotkaniu, tworzą klucz do sukcesu. Tutaj nie ma miejsca na eksperymenty, błędy czy niedociągnięcia.

Organizacja imprez firmowych to zadanie, nad którym lepiej nie spędzać zarwnych nocy, tym bardziej że każdego dnia czeka nas przecież jeszcze normalny dzień pracy. Dlatego warto zainwestować i zatrudnić do współpracy agencję eventową. Współpraca z agencją, szczególnie przy planowaniu dużej świątecznej imprezy, to gwarancja skutecznej organizacji i pracy w miłej atmosferze. Agencja może być kompleksowym wykonawcą lub naszym konsultantem, ale zawsze będzie ogromnym wsparciem

przy organizacji wszelkiego rodzaju firmowych wydarzeń specjalnych, niezbędnych przy budowaniu komunikacji wewnętrznej, zewnętrznej czy komunikacji z mediami.

Budowanie relacji od serca

Budowanie relacji i stosowane narzędzia komunikacji podlegają procesom transformacji, adekwatnie do zmian rynkowych, postaw społecznych oraz konsumenckich. Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom otoczenia rynkowego do programu eventów świątecznych obecnie dodawane są także elementy z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu CSR. Czas świąt Bożego Narodzenia nieodroźnie kojarzy się z dzieleniem się i daniem, tak więc imprezy firmowe to nie tylko zabawa, ale także świadome tworzenie procesu grupowego, mającego na celu polepszenie interakcji członków zespołu, a także okazja do lepszego poznania się w innych niż na co dzień warunkach. Dobrze przygotowany scenariusz może angażować pracowników w działalność na rzecz innych. Przykładem tego typu działań jest przeprowadzana od 2009 roku w pasażach sieci Tesco akcja „Od Serca na Święta” autorskiego pomysłu agencji Strategia FM, realizowana

przy współpracy z organizacjami pozarządowymi, mająca na celu połączenie tradycyjnych świątecznych eventów w pasażu z działalnością na rzecz wsparcia organizacji pozarządowych w realizacji ich celów statutowych.

Agnieszka Bednarczyk – dyrektor naczelna Agencji Eventowej i Public Relations STRATEGIA FM. Zajmuje się komunikacją z mediami, organizacją eventów firmowych, uroczystych otwarć, imprez jubileuszowych, promocją gospodarczą i komunikacją kryzysową oraz szkoleniami z zakresu PR. Była producentem koncertów i imprez masowych Radia RMF FM. Wykładowca, autorka publikacji branżowych.

Teksty w dziale „Strefa Kariery” powstały przy współpracy z Polskim Stowarzyszeniem Public Relations.

