

MANAŽEŘI ŠTĚSTÍ ZLEPŠUJÍ NÁBOR A SNIŽUJÍ FLUKTUACI

MAJÍ JEDINÝ ÚKOL, ČASTO ALE EXTRÉMNĚ NÁROČNÝ. MUSÍ
I VE VYPJATÝCH SITUACÍCH UDRŽET VE FIRMĚ DOBROU NÁLADU.

Jana Niedermeierová
jana.niedermeierova@economia.cz

Harvardský psycholog Shawn Achor obrátil vzhůru nohama představu, že úspěch v práci vede ke štěstí, a ukázal, že to vlastně může být úplně naopak. Zjistil, že pouze 25 procent našeho pracovního úspěchu je předurčeno mírou inteligence. Celých 75 procent je ovlivněno úrovní optimismu. Úzkou provázanost pozitivního smýšlení a produktivity si v poslední době stále častěji uvědomují i tuzemští zaměstnavatelé. Někteří z nich dokonce ve snaze co nejlépe pečovat o spokojenost svých zaměstnanců vytvořili speciální pozici. Svého manažera štěstí mají například O2, Zoot, Skrz.cz, Liftago či IBM.

Takzvaný happiness manager je v podstatě personalista, psycholog a terapeut v jednom. Jeho hlavním úkolem je udržovat dobrou náladu ve firmě i ve vypjatých obdobích. „Vnímám atmosféru na pracovišti, dbám o dobré vztahy, mluvím s lidmi, pečuji o jejich vyrovnanost, ale zároveň sedávám i u pohovorů. Personalista především hodnotí, jestli má daný zájemce potřebné zkušenosti a zajímavý životopis, já jdu víc do hloubky, zajímám se o osobnost kandidáta a snažím se zjistit, jestli zapadne do týmu a ztotožní se s naší firemní kulturou,“ přibližuje Milan Pavlíček, už téměř tři roky manažer štěstí internetového obchodu s módou Zoot.

Zaměstnanců se prostřednictvím dotazníků pravidelně ptá, jak jsou spokojeni, jestli znají vize společnosti a jak jim jejich práce zapadá do smyslu života. Na základě zpětné vazby následně vymýšlí konkrétní akce, které mohou pomoci situaci zlepšit. „Máme individuální i týmové terapie, malujeme, meditujeme, setkáváme se u společných snídaní a na zážitkových večerech. To všechno nás vzájemně spojuje,“ líčí mluvčí společnosti Andrea Burgerová.

Jsou zповědníci i tmelícím prvkem

Během organizovaných i neplánovaných setkání Pavlíček se svými kolegy neřeší jen pracovní záležitosti. Často se na něj obrací i s osobními věcmi, které se práce týkají jen okrajově. „Je to člověk, se kterým zapomenou, že mám starosti. Můžu si s ním otevřeně promluvit a vždy dostanu nezaujatou zpětnou vazbu. Nefunguje jen jako zповědníce, ale také mi aktivně pomáhá v propojování se zbytkem firmy,“ říká Martin Souček, který v Zootu působí na pozici content managera.

Zavedení pozice happiness managera si chválí i zaměstnanci internetového vyhledávače Skrz.cz, kde se o firemní štěstí od loňského října stará Kateřina Bláhová. „Při vstupu do firmy urychlila moji aklimatizaci tím, že se mě snažila propojit s ostatními a pozitivně mě nasměrovat. Vždycky si na zaměstnance najde čas a dokáže například poradit, jak na komunikaci s některým z kolegů a co na něj platí. Celkově nám nastavuje příjemnější prostředí, kde vedle sebe dokáže žít marketing a vývoj, tedy dvě skupiny lidí, jež v mých předchozích zaměstnáních byly spíše vojáky na různých stranách barikády než jeden tým,“ popisuje Facebook specialista Skrz.cz Tomáš Symerský.

Bláhová vnímá svou pozici jako velmi podobnou práci personalisty, ale s větším zaměřením na to, aby zaměstnanec práce bavila, naplňovala a posouvala dál. „Jde o celý soubor rolí vedoucích k budování a udržování týmů v souladu s hodnotami firmy. Řada mých úkolů přitom vychází z klasického pojetí práce s lidmi,



Vždy ve středu dění

Veronika Dubská je manažerkou štěstí v O2. Jedním z jejích úkolů je setkávat se se zaměstnanci, ptát se jich, co potřebují ke štěstí, a pečovat o jejich spokojenost.

Foto: Martin Svoboda

počínaje nábořem přes pořádání akcí až po marketingové a PR aktivity,“ uvádí Bláhová

Podle ředitele firmy Petra Kováčika se role happiness managera osvědčuje hlavně při nábořu. Zároveň díky přímému vlivu na spokojenost zaměstnanců zvyšuje jejich angažovanost a motivaci a snižuje fluktuaci. „Manažer štěstí často dokáže vysledovat negativní trend ve firmě ještě dříve, než někomu ‚bouchnou saze‘. Tak jsme například přišli na to, že lidem chybí informace napříč celou firmou a zavedli otevřené celofiremní porady a pravidelné brífinky, kde společně sdílíme úspěchy i chyby a učíme se, jak je neopakovat. S tím souvisí i větší zapojení lidí do společných aktivit v práci i mimo ni, což vytváří prostor pro neformální komunikaci i ventilování stresu,“ líčí Kováčik.

Přenáší hodnoty z neziskovek do korporátu

Od letošního února má manažerku štěstí i telekomunikační společnost O2. Je jí Veronika Dubská. Primárně má na starosti podporu týmu marketingové komunikace a on-line. Řada projektů, za kterými stojí, se ale dotýká zaměstnanců celé firmy. „Pořádám pro kolegy volnočasové i vzdělávací akce, vybírám pro ně zajímavé konference, snažím se zlepšit pracovní prostředí a hledám příležitosti pro inovace ve firemní kultuře,“ uvádí Dubská. Na starost dostala také realizaci interního coworkingového centra s kavárnou. Takzvaný O2 Hub slouží jako místo pro práci, odpočinek i setkává-

ni. „Každý týden se tam konají workshopy věnované tomu, jak lze každodenní úkoly a aktivity dělat jinak a lépe. Hostili jsme například semináře věnované myšlenkovým mapám či základům grafiky. Workshopy často vedou také kolegové z O2, takže zaměstnanci navzájem sdílejí své know-how,“ přibližuje Dubská.

V současnosti také komunikačně zastřešuje projekt Garáž, jehož cílem je vytvoření platformy pro inovativní nápady uvnitř firmy, a podílí se na rekonstrukci open space, týmu marketingové komunikace a on-line. „Pracovala jsem v neziskovkách, kultuře a několik let v Impact Hubu Praha mezi freelancery a start-upy. Všechno to byly svobodné firmy postavené na důvěře a vlastní zodpovědnosti. Tyto hodnoty bych ráda dostala i sem. Zatím je to ale stále více přání než realita. To, co se mi ale daří do korporátního prostředí přinášet, je pozitivní energie, netradiční pohledy a názory na každodenní věci a nové nápady, o kterých jen nemluví, ale snažím se je hned realizovat,“ říká Dubská.

Svého strážce štěstí má také provozovatel taxi aplikace Liftago či IT firma IBM. V minulosti tuto pozici zavedla i antivirová společnost Avast, s odchodem Michala Šrajera, který byl s touto funkcí spojený, ale pozice zanikla. „Náhradu za něj nehledáme. O název pozice podle nás zas tak nejde. Důležité je, co obecně dělá HR oddělení pro své zaměstnance a jak pomáhá tomu, aby se lidé cítili ve firmě dobře a měli ty nejlepší podmínky pro práci,“ říká mluvčí Avastu Dominika Kalašová.