

Segíthetek?

Hogyan őrizzük meg munkatársaink lojalitását a pénzügyi szektorban?

R. Kovács Dániel, Front Page Communications, ügyvezető igazgató

KREATÍV PR Nap Konferencia

2011. november 17.

Kérdés

I. Milyen hatások érik a munkatársakat?

Áttekintjük azokat az információ-forrásokat, amelyek a pénzügyi szektorban dolgozó munkatársakat befolyásolhatják.

Válasz

II. Mit éreznek mindebből?

Kutatási adatokkal támasztjuk alá, hogy a pénzügyi szektor munkavállalóira milyen hatással van a válság.

Javaslatok

III. Milyen megoldásokat javasolunk?

TIPPEK: milyen területekre és milyen eszközökre helyezzük a hangsúlyt, ha meg akarjuk őrizni a munkatársak lojalitását?

I.

Milyen hatások érik a munkatársakat?

Információ-források, amelyek a pénzügyi szektorban dolgozó munkatársakat befolyásolhatják

Hatások I. – Tartalom



**„Keserves
évtized előtt áll
Magyarország”**

Jaksity György,
2011. augusztus 6.



**„Legalább
még tíz évbe
kerül, amíg
egyenesbe
jövünk”**

Angela Merkel,
2011. november 5.



**„A kapitalizmus elérte a
válság pontot, a globális
nyugtalanság terjedni fog”**

Nouriel Roubini, 2011. augusztus 22.

**„Attól tartok, hogy a válság csak
még tovább fog mélyülni, mielőtt
javulást tapasztalunk”**

Axel Weber, 2011. szeptember 25.





Kollégák

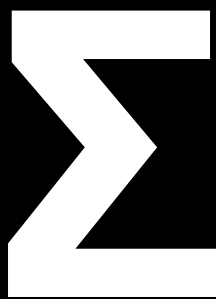
Tömegmédi

Főnökök

Közösségi
médi

Vállalati hírek

Barátok,
család



Milyen kép áll össze
munkatársaink fejében



II.

Mit éreznek mindebből?

Front Page Communications kutatás a pénzügyi szektor munkavállalói körében

Amit vizsgáltunk

Pénzügyi szektorban dolgozók véleménye a válságról az alábbi területeken:

- Változott-e a munkahelyi **légkör**?
- Alkalmazkodott-e a válsághoz a munkahelyi **belső HR politika**?
- Nagyobb figyelem övezi-e a **médiát**?
- Milyen **munkahelyi eszközök** motiválnák a leginkább?

Ahogy vizsgáltuk

Személyes megkeresés, hólabda effektus alapján online/ nyomtatott anonim kérdőív

- 2011. november 10-14.
- 11 állítás, 4 alskálába rendezhetőek
- Likert skála (1-2-3-4-5: egyáltalán nem értek egyet – teljesen egyetértek)
- 84 válaszadó (beosztott, középvezető, felsővezető; bankok, befektetési szolgáltatók, biztosítók, stb. – összesen 18 megkeresett vállalat/szervezet)

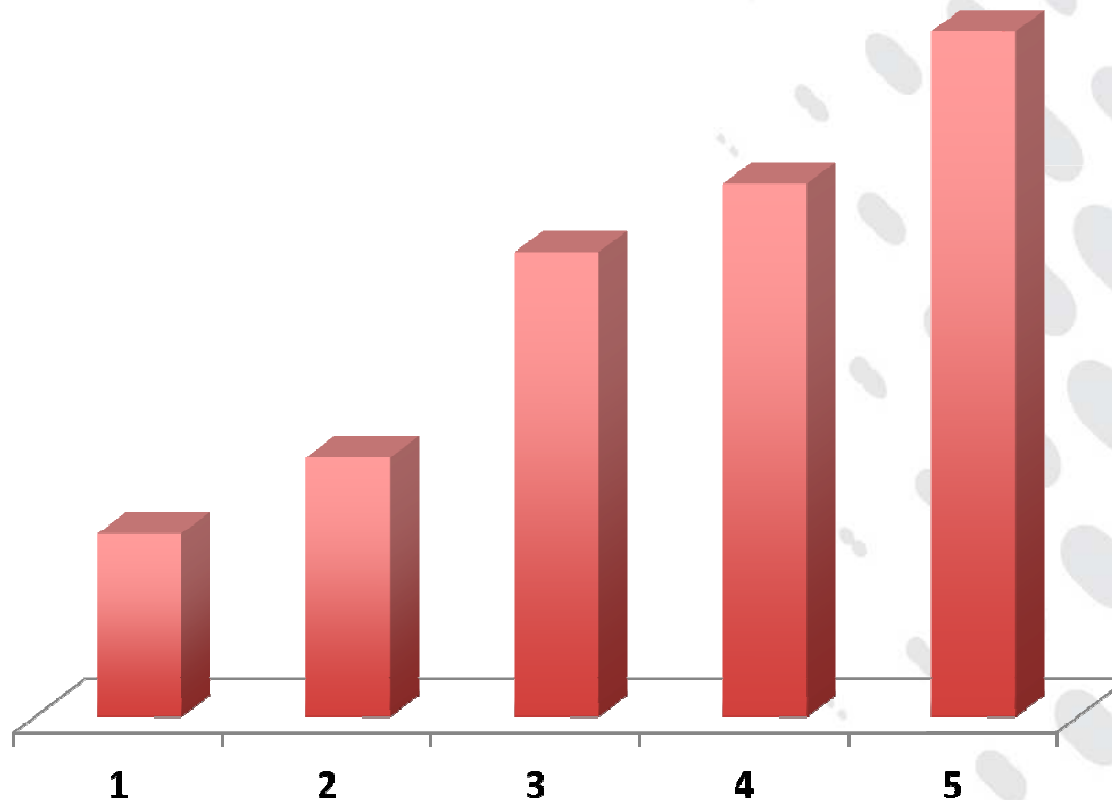
Példák a kérdőív egyes alskáláiban lévő állításokra

- 1 Munkahelyi légkör**
„Nálunk folyamatosan benne van a levegőben, hogy legközelebb vajon kit fognak elbocsátani.”
- 2 Munkahely erőfeszítései**
„Amióta kitört a válság, sokkal több nálunk a tréning és a továbbképzés.”
- 3 Média**
„A válság kitörése óta sokkal inkább figyelem, hogy milyen kép jelenik meg a pénzügyi szektorról a médiában.”
- 4 Motiváció**
„A munkahelyem engem a leginkább azzal tudna motiválni, ha több lehetőség lenne a problémák kibeszélésére.”

Kiemelt eredményeink

Egyetért azzal, hogy
negatívan hatott a válság a munkahelyi
légkörre, mindennapi munkára
(4 állítás aggregált mutatója)

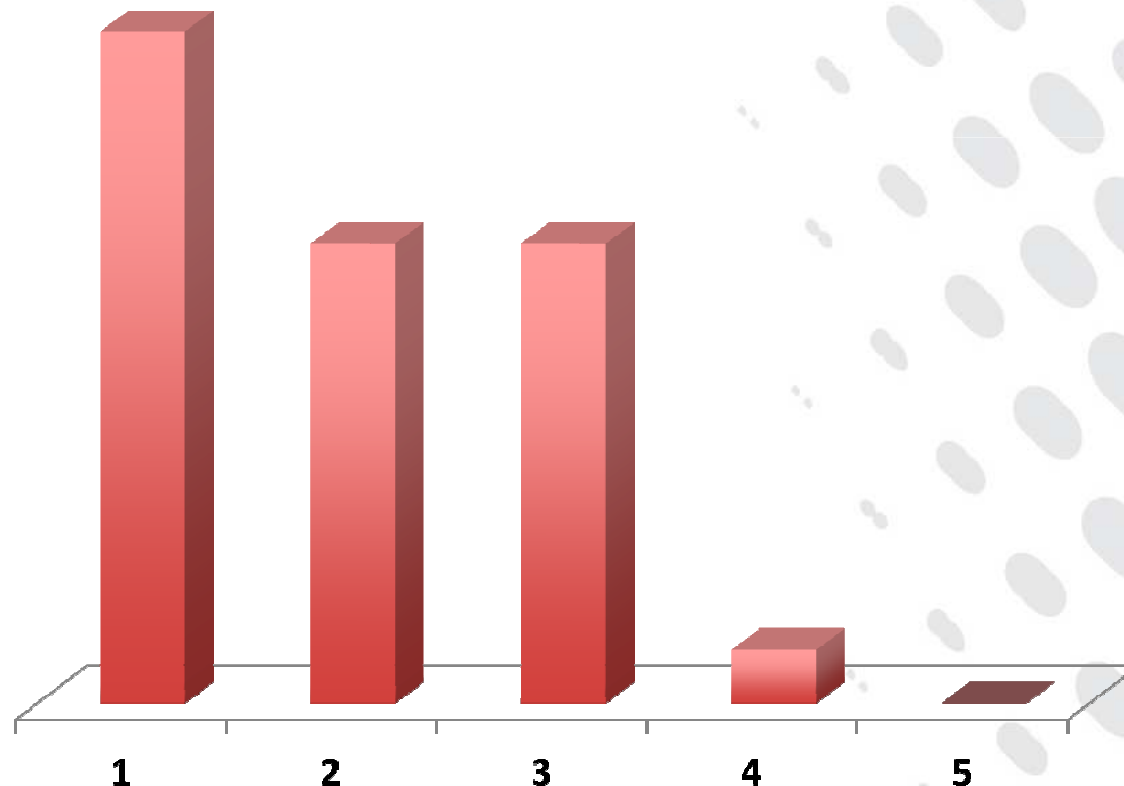
1/4 alszála



Válaszadóink
szerint
egyértelműen
negatívan
befolyásolta a
munkahelyi
légkört a válság.

Egyetért azokkal, hogy
**a munkahely jobban figyel a jó
közérzetre, több a képzés**
(2 állítás aggregált mutatója)

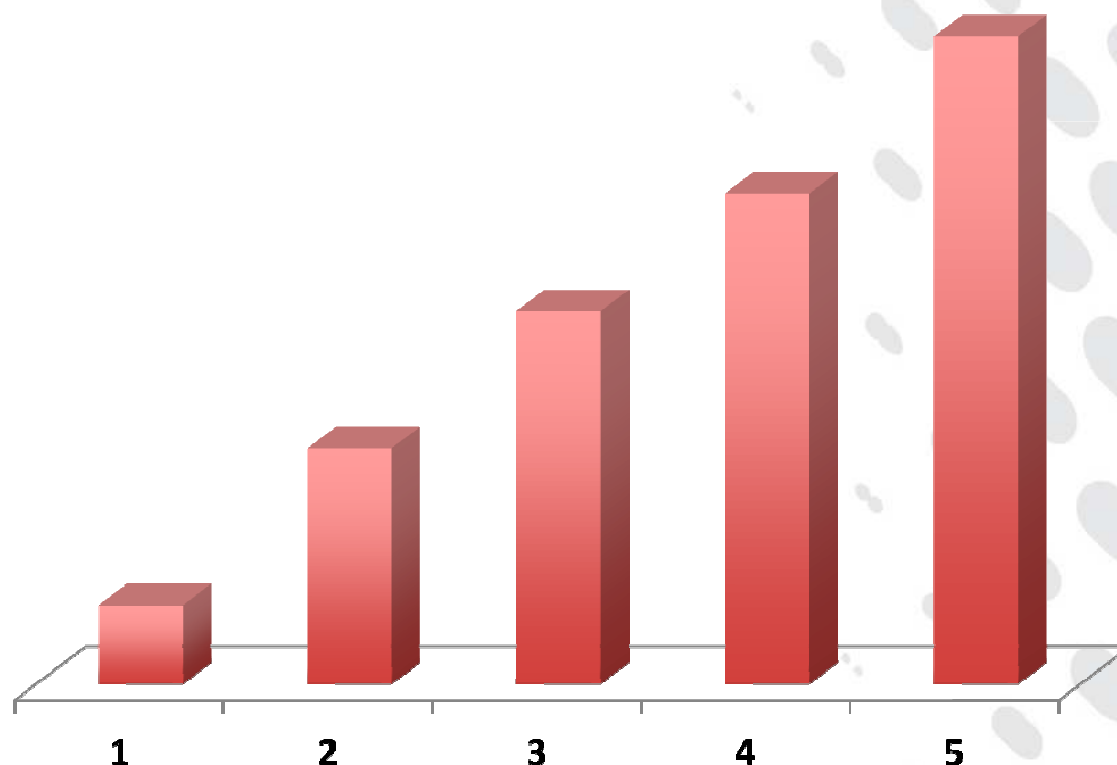
2/4 alskála



Válaszadóink szerint a munkahelyük nem figyel oda jobban a hangulatra, a képzésekre a válság kitörése óta.

Fokozottabban figyel a médiára
(2 állítás aggregált mutatója)

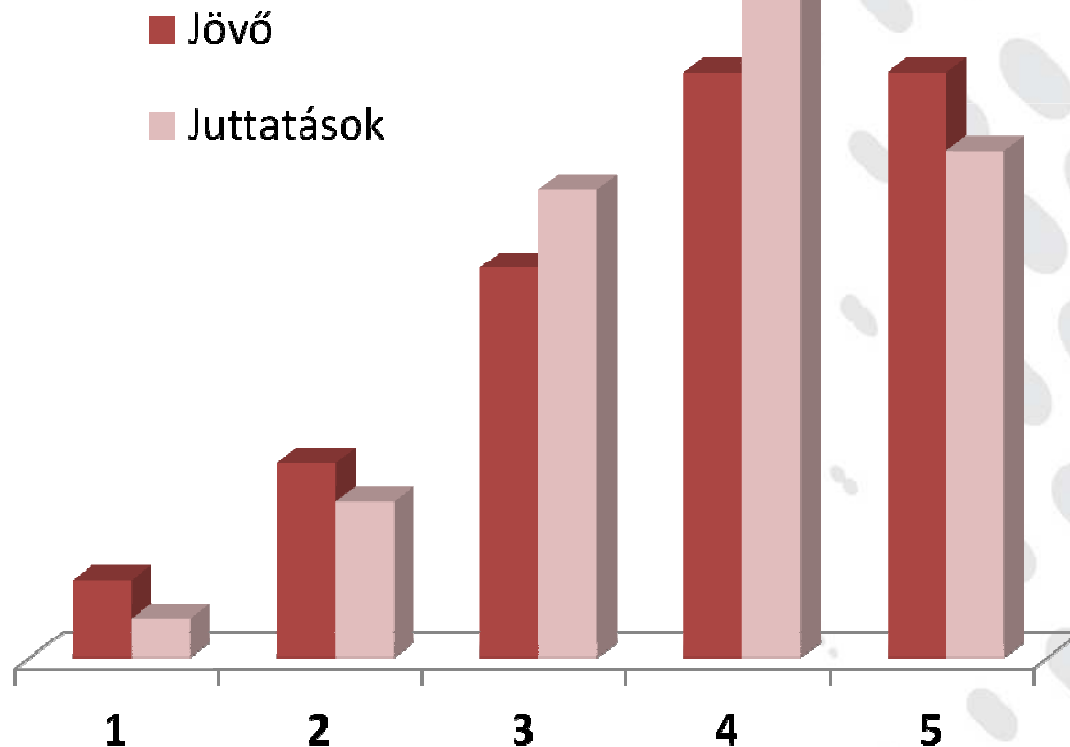
3/4 alskála



Válaszadóink a
válság kitörése
óta jobban
figyelnek a
tömegmédiára
és a közösségi
médiára.

Egyetért azzal, hogy
a biztos jövőképpel, a juttatásokkal lehet
motiválni

4/4 alskála

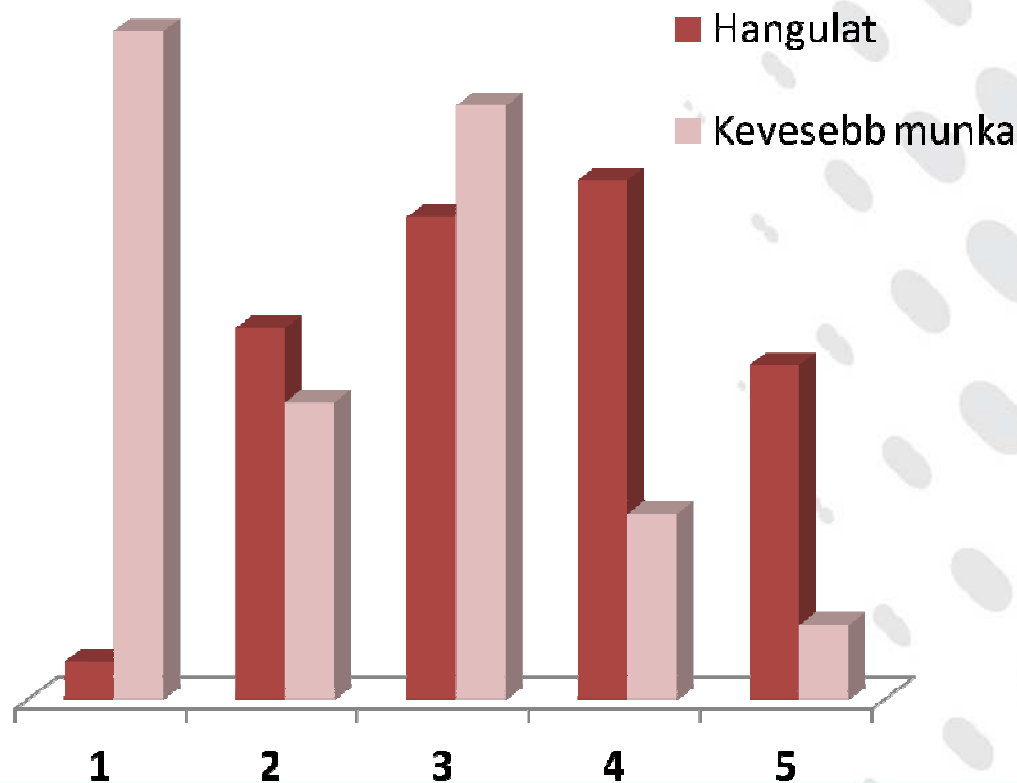


A jövőkép
legalább annyira
fontos, mint a
juttatások

BIZTONSÁG!

Egyetért azzal, hogy a jobb munkahelyi hangulattal és a kevesebb terheléssel lehet motiválni

4/4 alskála



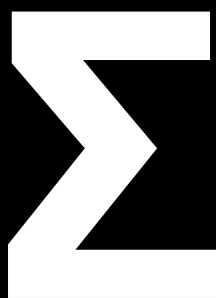
A hangulat fontosabb, mint a munkamennyiség

Egyértelműen
negatívan
befolyásolja a válság
a pénzügyi szektorban
dolgozók
mindennapjait

Jobban figyelnek a
médiára, külső
információforrásokra

Nem látják, hogy a
munkahelyük
ellensúlyozná a
negatív hatásokat

Nem érzik magukat
BIZTONSÁG-ban



Milyen kép áll össze
munkatársaink fejében



III.

Milyen megoldásokat javasolunk?

TIPPEK: milyen területekre és milyen eszközökre helyezzük a hangsúlyt, ha meg akarjuk őrizni a munkatársak lojalitását?

Megoldások I.

Válsággal kapcsolatos
negatív hírek,
bizonytalanság

A munkatársakat
elárasztják a negatív
hírek

1

A munkatársak nem
érezékelik a vállalati
erőfeszítéseket
(„figyelünk rád”)

2

1

PROBLÉMA #1

A munkatársakat elárasztják a negatív hírek

Példa



index 2011. november 14., hétfő - A
Címlap | Belföld | Külföld | Bulvár | Ga
Euróválság | Pénz beszél | Autópálya | Költségv
Magyar

Visszavonulót fújhat az UniCredit

Napi Gazdaság
2011. november 14., hétfő 07:17 | ☺

Recommend 17



Portfolio.hu

BEFEKTETÉS DEVIZA/KÖTVÉNY INGATLAN MAKROGAZDASÁG

Vállalatok KKV Pénzügy Telekom Energia Zöld energia Vállalati pénzügy

Az UniCreditet is utolérte a bankok végzete

2011. november 15. | 09:10



Portfolio.hu

BEFEKTETÉS DEVIZA/KÖTVÉNY INGATLAN MAKROGAZDASÁG

Vállalatok KKV Pénzügy Telekom Energia Zöld energia Vállalati pénzügy

5000 főt bocsáthat el az Unicredit (2.)

2011. november 14. | 09:01

1

PROBLÉMA #1

A munkatársakat elárasztják a negatív hírek

Ne maradjunk csendben!

Beszéljünk a válságról

- **Hírgyártás:** reakciók a legfrissebb hírekre
- **Elemzések, tanulmányok** közzététele

Beszéljünk saját helyzetünkről

- **Jövőkép** meghatározása
- **Saját pozitív ügyek,** hírek generálása

BELSŐ

+

KÜLSŐ

kommunikációs csatornák

2

PROBLÉMA #2

Nem érzékelik a vállalat erőfeszítéseit

Növeljük a vállalati empátiát

Beszéljünk a problémákról

- Beszéljünk őszintén, de **megoldás-centrikusan** a munkavállalók problémáiról
- Nyújtsunk hatékony, használható, praktikus **szolgáltatásokat** (pl. képzés, álláskeresési tanácsadás)

Készítsünk új, differenciált motivációs rendszert

- HR **felmérés**, feedback
- **Hosszú távú biztonságot** hangsúlyozó megoldások beépítése
- Ennek alapján új, **egyedi ösztönző rendszer** kidolgozása

BELSŐ

kommunikációs csatornák +

HR

megoldások

2

PROBLÉMA #2 Nem érzékelik a vállalat erőfeszítéseit

HR stratégia átformálása:
Differenciáljuk újra a motivációs rendszerünket

Felmérés

Feedback és új javadalmazási, motivációs rendszer kidolgozása pl. generációs igényeknek megfelelően

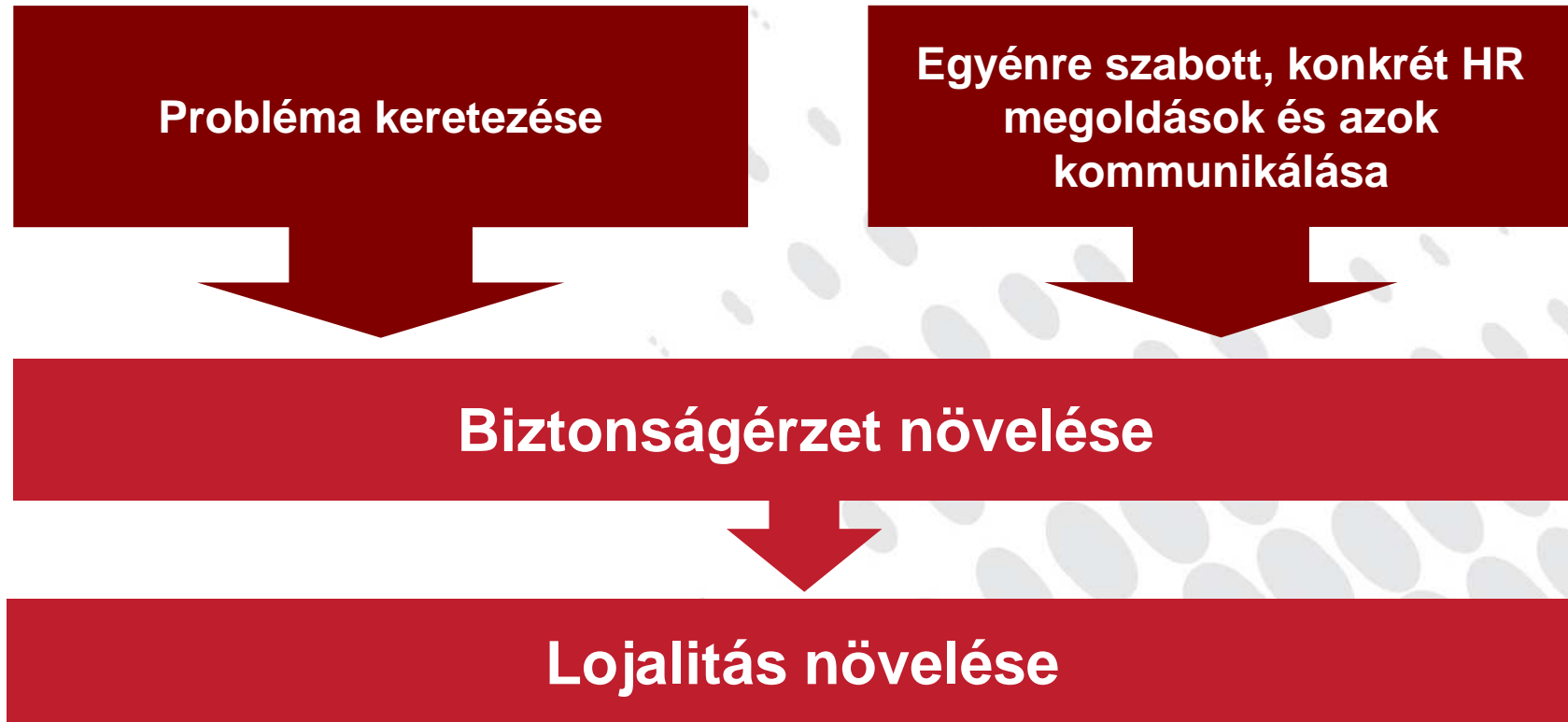
HR stratégia kommunikálása

A felmérést és az eredményeket **kommunikáljuk** belső csatornákon.

Y generáció

X generáció

46+



BELSŐ + **KÜLSŐ** + **HR**

Köszönöm a figyelmet!

frontpage.hu

R. Kovács Dániel, Front Page Communications, ügyvezető igazgató

KREATÍV PR Nap Konferencia

2011. november 17.