

2018-2019 PERYÖN İNSAN YÖNETİMİ ÖDÜLLERİ İŞVEREN MARKASI YÖNETİMİ & BAĞLILIK

1/15/2020

White Paper / PERYÖN Yayınlar 2020.01

2018-2019 PERYÖN İnsan Yönetimi Ödülleri

İşveren Markası Yönetimi ve Bağlılık kategorisi ödül sahibi PENTİ'nin kendi ifadelerinden yararlanılarak hazırlanmıştır.

Derleyen ve Yazan

PENTİ, PERYÖN Yayınlar

2018-2019 PERYÖN İNSAN YÖNETİMİ ÖDÜLLERİ İŞVEREN MARKASI YÖNETİMİ & BAĞLILIK

WHITE PAPER / PERYÖN YAYINLAR 2020.01

ÖNSÖZ

2008 yılında beri verilen PERYÖN İnsan Yönetimi Ödülleri'nin ana amacı, insan kaynakları yönetimi alanında yenilikçi / yaratıcı ve başarılı uygulamaları tanımak, örnek teşkil eden nitelikteki çalışmalarını sektöre kazandırmak, iyi örneklerden kazanımlar sağlayarak, sektörün ve uygulamaların gelişimine katkıda bulunmaktır.

Bilgi paylaşımı misyonumuz kapsamında hazırladığımız "White Paper"larımızda 2018-2019 PERYÖN İnsan Yönetimi Ödülü finalistleri olan ve başarı ödülü kazanan firmalarımızın süreç motivasyonlarından, ölçümlenen uygulama sonuçlarına kadar tüm detaylarını özet olarak bulacaksınız.

Kaynak dokümanımızın, kurumlarınızdaki iyileştirme planlamanız için yol gösterici olabilmesini dileriz.

Kategorilerinde liderliği ve yüksek marka bilinirliği ile globalleşme yolculuğunda olan Penti, insan yönetme sistemlerini gözden geçirip çalışanları dönüşüme davet ederken bünyesindeki yeteneklerin bağlılıklarını sağlamak ve şirket dışındaki yeteneklere cazip bir işveren markası sunabilmek için süreci başlattı.

“Bu 2 yıllık dönüşüm ve işveren markası konumlandırması sürecine başlarken belirlenen ürün geliştirme yolculuğunun kısılması, yetenek olarak tanımlanan çalışanların bağlılığı gibi Penti'nin iş stratejilerini ve insan yönetme felsefesini destekleyen rakamsal hedefler başarı ile gerçekleştirilmektedir; ayrıca 5 tanesi uluslararası olmak üzere toplam 11 ödül alınmıştır.”

Tüm lokasyonlarda eş zamanlı uygulamalar yürütülüyor.

Türkiye'deki 400, yurtdışındaki 180 mağazası ve 2 fabrikası ile yaygın bir coğrafyada faaliyet gösteren Penti'de, iletişim çalışmalarında mesajı iletmek, uygulamaları eş zamanlı olarak yaygınlaştırmak ve çoklamak konularına odaklanıldı.



Kısa sürede yapılan çok sayıda yenilik iletişimde ve adaptasyonda zorluklara neden oldu. Bu noktada yeniliklerin tekrarı ile unutulmamaları sağlandı.

Tüm paydaşları dinleyerek başlandı.

Süreç tanım ve tasarım aşamasında tüm paydaşlar, hissedarlar, yönetim ekibi, çalışanlar, tedarikçiler, potansiyel adaylar, Penti'nin işveren marka algısını anlamak amacıyla bireysel görüşmeler, saha ziyaretleri, fokus grup çalışmaları ve anketler aracılığıyla dinlendi.

Çalışanların olası endişelerini dinleyip süreçleri kolektif aklın yardımı ile tasarlayarak daha önceki deneyimlerin bıraktığı etkileri en aza indirmek hedeflendi.

İşveren markası konumlandırması

Sonrasında dönüşüm projesinin kapsamı tanımlandı, işveren markası konumlandırıldı ve perakende profesyonelleri ve yeni mezunlara odaklanırken mevcut çalışanlara da seslenen işveren markası Ritm'ik doğdu.



Ritm'ik <http://hr.penti.com>

Bu sürece paralel belirlenen orta dönemli stratejiler ve yeniden tanımlanan değerler tüm çalışanlara yoğun bir lansman ve Penti'nin insan kaynakları bakış açısını çalışanlara anlatmak üzere, düzenli ve tanımlı olarak sürdürülen iç iletişim çalışmaları ile ulaştırıldı.

Süreçte aday ve çalışan deneyimini iyileştiren ve süreklilik gösteren uygulamalara odaklanıldı.

Üst yönetimin desteği nasıl kazanılır? Nasıl yansıtılır?

Tüm çalışanlar, tüm girdi toplama ve uygulama tasarım süreçlerine dâhil edildi. Yönetim takımlarının buna ek olarak, işveren markası konumlandırmasının Penti'nin stratejilerine uygunluğunu onama ve yeni lanse edilen uygulamaların sahiplenmesi için rol-model olma sorumlulukları da vardı.

Bu süreçte tüm yönetim kadrolarından hem tam destek istenip hem de destek alınarak birlikte cesur adımlar atıldı. Örneğin, takımlarla yönetim stratejisi ile hareket etmeye başlanarak sorumluluklar takımlara verildi. Organizasyon mimarisi değiştirildi. Soru işaretleri ve yöneticilerin karşılaştıkları soruların cevapları netleştirildi.

Uygulamanın başarısının ölçümü

- Her yeni proje, uygulama ve etkinlik sonrasında anlık anketler ile geri bildirim alınması şirkete anlık aksiyon alınacak veriyi sağlıyor ve karar alma sürecini hızlandırıyor.
- Çalışanların katılımında yapılan çalıştaylar ile çalışanların değişimi nasıl algılandıkları gözlemleniyor.
- Diğer departman yöneticilerinin şirket ile iş birliği ve destek talebi artış gösteriyor.

Uygulamalarda şirket değerleri ve kültürüne odaklanılarak süreklilik sağlanıyor.

Doğru ihtiyaç ve hedef kitle belirlenerek yapılacak tespit edilen ihtiyaca yönelik her uygulamanın odağında şirket değerlerini ve kültürünü bulundurmak ve neyin sonucu olarak yapıldığının çalışanlara açıklıkla anlatılması; her yeni uygulamanın tekrarı ile süreklilik sağlanması süreci geliştirmek için önemli.

Başarısız uygulamalardan hızlı karar alarak vazgeçebilmek ise süreçlerin etkinliğini arttırmak konusunda etkili.