

## **Эксперт «Балтики» поделилась с сибирским HR-сообществом опытом трансформации информационных встреч с сотрудниками в период пандемии**

**25 марта в Новосибирске в онлайн-формате прошла первая в Сибири конференция по цифровизации и маркетингу в HR — ВаHRoMA, в число экспертов которой вошли представители ведущих федеральных и региональных компаний. Эксперт пивоваренной компании «Балтика» в ходе конференции рассказала о развитии инструмента, который помог компании вовлечь сотрудников в реализацию новой стратегии в условиях, когда большая часть персонала была переведена на удаленный режим работы.**

В 2020 году «Балтика» начала реализацию новой трехлетней бизнес-стратегии, которая предполагала высокую вовлеченность сотрудников, переосмысление принятых подходов и внедрение новых инструментов. В связи с пандемией компания была вынуждена перестраивать работу в режиме реального времени: не занятые на производстве и в продажах сотрудники были переведены на удаленную работу, и без того высококонкурентный рынок пива столкнулся с множеством ограничений.

Для вовлечения сотрудников, большинство из которых географически разобщены по всей территории России, а часть не имеет возможности принимать участие в очных встречах, была реализована практика проведения ежемесячных онлайн-собраний. Доступ к онлайн-собраниям получил каждый сотрудник, для этого достаточно иметь телефон, подключенный к интернету.

### **Надежда Овсянникова, старший директор по коммуникациям региона Восточная Европа пивоваренной компании «Балтика»:**

*«Для нас начало пандемии совпало со стартом реализации новой бизнес-стратегии, это потребовало меньше чем за пару недель развернуть офлайн-формат встреч в полномасштабный онлайн. Встречи были реализованы на базе стандартного офисного пакета программного обеспечения, что не повлекло каких-либо инвестиций, но позволило в условиях высокой волатильности усилить контакт с командой и вовлечь сотрудников в реализацию бизнес-целей. Пожалуй, рано подводить итоги, ведь это живой формат, он постоянно трансформируется и развивается. Но меньше чем за год число зрителей каждой из ежемесячных онлайн-встреч выросло более чем десятикратно и сегодня охватывает порядка 80% всего коллектива. И главное для нас — это высокий отклик людей. Сотрудники теперь не просто смотрят, они полноценные их созидатели и соучастники, что отражается и на их вовлеченности, и на бизнес-результатах компании».*

В своем выступлении Надежда Овсянникова также рассказала, что для улучшения восприятия информации сотрудниками самых разных функций — от грузчика до специалиста продаж или экономиста — для топ-менеджмента компании был организован медиатренинг. Тренинг также позитивно отразился и на имидже руководителей, позволил сделать их образы более яркими и открытыми, а речи вдохновляющими. Для удержания интереса зрителей применялся и эффект неожиданности: спикеры появлялись в необычных образах, иллюстрации содержали элементы юмора, использовались

нестандартные форматы для разъяснений по сложным узким темам, например, в стиле выпуска новостей. Кроме того, в ходе встреч сотрудники задавали интересные вопросы.

Это позволило обеспечить открытость компании для сотрудников и прозрачность достигаемых результатов. Сейчас более 80 %\* сотрудников компании ежемесячно принимают участие в онлайн-собрании. Компания сумела гибко адаптироваться к новым реалиям, что помогло увеличить продажи на 9 % по сравнению с 2019 годом.

\* Здесь и далее — собственные данные Carlsberg Group.

\*\*\*

**Пивоваренная компания «Балтика»** — один из крупнейших производителей товаров повседневного спроса в России. Компания управляет 8 заводами в России и является важной частью Carlsberg Group и ее бизнеса в регионе Восточная Европа, к которому также относятся Азербайджан, Беларусь, Казахстан и Украина. ООО «Пивоваренная компания "Балтика"» — ведущий экспортер российского пива. «Балтика» поставляет продукцию в более чем 75 стран мира. Благодаря качеству мирового уровня бренды компании удостоены более 670 российских и международных наград на профессиональных и потребительских конкурсах.

\*\*\*

**Организатор конференции — Obuv Rossii Conference** — одно из направлений деятельности ГК «Обувь России» по организации отраслевых конференций. ГК «Обувь России» — универсальная ритейл-компания, создает инфраструктуру для развития современных форматов розничной торговли, чтобы максимально удовлетворить запросы покупателей в быстро меняющейся среде; управляет сетевыми магазинами, онлайн-платформой для поставщиков, маркетплейсом и собственным производством; разрабатывает и внедряет дополнительные сервисы для клиентов. Магазины компании представляют собой мини-универмаги, предлагающие широкий ассортимент товаров: обувь, одежду, аксессуары, товары повседневного спроса.

**За дополнительной информацией просьба обращаться**

**к Анастасии Малетиной:**

+7 913 303 34 53

[maletina\\_av@baltika.com](mailto:maletina_av@baltika.com)

[www.baltika.ru](http://www.baltika.ru)

[pr@baltika.ru](mailto:pr@baltika.ru)