

TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.

Sokszínűségi hét



Effekt 2030 – A közösségi befektetések díj 2021. évi pályázatán a **Mindenki társadalma** kategóriában **shortlist** jelölést kapott.

A PROGRAM IDŐTARTAMA: 2021. május 18. – 2021. május 21.

A PROGRAM ELŐZMÉNYEI: A pandémia következtében a Tesco munkatársain is érezhető volt, hogy igénylik a közösséget erősítő programokat, így a programot a minőségi közösségi együttlét, időtöltés hívta életre. Emellett a vállalat különböző felmérések alapján tisztában van azzal is, hogy a sokszínűség hozzájárul az eredményességhez: (1) különféle háttérű csapatok döntései akár 60%-kal jobb eredményeket hozhatnak; (2) a befogadó vállalatok háromszor nagyobb eséllyel teljesítenek jól; (3) hatszor nagyobb eséllyel kezdeményezőbbek, innovatívak; (4) valamint nyolcszor nagyobb valószínűséggel érnek el jobb üzleti eredményeket.

A PROGRAM CÉLJA: A program célja az volt, hogy a munkatársakhoz közelebb hozzák a sokszínűséget érzékenyítéssel, személyes történetek bemutatójával rávilágítva a legfontosabb emberi alapértékekre. Továbbá cél volt bemutatni azt is, hogy a Tesco csapata sokszínű, amelyre a munkavállalók méltán lehetnek büszkék.

ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:

A Tesco alapelve, hogy „nem számít, ki vagy, honnan származol, a Tescónál sikeres lehetsz”.

A vállalat alapgondolata, hogy kortól, nemtől, kulturális különbségektől függetlenül mindenki számára ugyanolyan lehetőségeket biztosítson. A Tesco HR tevékenységében, belső kommunikációjában elkötelezett az iránt, hogy befogadó munkahely legyen, ahol mindenkit szívesen lát, és ahol minden munkatársa önmaga lehet. Az elfogadást és a sokszínűséget számos korábbi program is támogatta a vállalatnál: programok a sokszínű munkaerőállományért, vezetői, frissdiplomás és családbarát programok. Ezen kezdeményezések sorába illeszkedik a *Sokszínűségi hét* is.

A PROGRAM LEÍRÁSA:

Az első rendezvény 2020 tavaszán online, 2021-ben már hibrid módon valósult meg. A programot tartalmazó beszélgetéssorozat második alkalommal 2021 májusában valósították meg. **A Sokszínűségi hét egyes napjain más és más téma köré épültek az előadások:** (1) rejtett előítéletek; (2) beszélgetés a női közösségek fontosságáról, a női pénzügyekről és a női irodalomról; (3) látható és láthatatlan betegségek, fogyatékoságok; (4) sokszínű, nyitott, befogadó közösségek. Törekedtek arra is, hogy a munkatársakat bevonják kisebb előadásokba.

Az előadásokon élőben lehetett kérdezni. Voltak olyan kisebb csoportos előadások, ahol személyesebb témákról lehetett beszélgetni és kérdéseket feltenni az előadóknak, illetve saját történetet is megoszthattak a résztvevők.

A program célcsoportja a közel 11 000 áruházi, irodai és raktári dolgozó volt. A vállalat a négynapos rendezvényen közel 44 meghívott előadóval 19 órányi minőségi tartalmat tudott nyújtani a dolgozóknak.

A szervezést, tartalomstratégia kialakítást a kommunikációs és a HR csapat végezte. A kitűzött célok elérése érdekében a cég egyik legfontosabb tevékenysége a dolgozók megfelelő tájékoztatása, figyelemfelhívása volt. Élőben alkalmanként hozzávetőleg 150-en követték az előadásokat, az utólagos megtekintésekkel együtt pedig közel 4000-en nézték meg a felvételeket.



A programsorozat tartalmi lehetővé tették, hogy a résztvevők olyan minőségi ismereteket szerezzenek, amelyek hozzájárulnak személyes fejlődésükhöz, az egész életen át tartó tanulás lehetőségéhez.

A programhoz kapcsolódóan a Tesco először publikálta *A Tescónál mindenkit szívesen látunk* c. Sokszínűségi jelentését. Ebben bemutatják eddigi eredményeiket, terveiket, amelyekkel még befogadóbb vállalattá válhatnak. A jelentés tartalmazza, hogy a Tesco mindent megtesz azért, hogy egyenlő lehetőséget biztosítson a nők és a férfiak számára az állások betöltésénél, s az egyenlő bérezés alapelvét követi.

KÖZÖSSÉG:

Annak érdekében, hogy minél szélesebb körű programkínálatot tudjon nyújtani a vállalat, **3 civil szervezetet, 7 szakértőt és 15 népszerű eladót hívtak meg.** Az együttműködő partnerek közül van olyan, akivel már korábban is együttműködtek (pl. Romaster). **Törekedtek arra is, hogy sokak által közkedvelt művészeket, ismert embereket is meghívjanak a *Sokszínűségi hétre*** (pl. Palya Bea, Szinetár Dóra, Pásztory Dóra) **és külsős szakértőket is** (pl. Steigerwald Krisztián generációkutató) is meginvitáltak.



Az egyes előadásokra beszélgetőpartnerként a vállalat saját munkatársait is meghívta azzal a céllal, hogy megosszák személyes történeteiket. A dolgozókat előzetesen heteken keresztül belső kommunikációs felületeken (munkatársi weboldal, hírlevél, zárt Facebook csoport) figyelemfelkeltő cikkekkel motiválták a részvételre.

HATÁS:

A munkatársak körében végzett *follow-up* kérdőív eredményei, valamint személyes visszajelzések alapján **a dolgozók a sokszínűség témáját illetően tájékozottabbak lettek**, továbbá úgy tűnik, hogy sikerült elérni azt a célt a programmal, hogy **nyitottabbá is váltak.** Emellett sikerült tudatosítani bennük, hogy a Tesco nyitott a sokszínűsége, empatikus munkáltatóként elfogad mindenkit és nem számít, hogy ki, honnan érkezett.

Az áruházvezetői visszajelzések szerint befogadóbb közösségeket sikerült építeni.

A Tesco tudomása szerint közvetlen versenytársaik nem rendelkeznek ilyen nagyívű tervvel a sokszínűség és befogadás terén, így a márkaarcukat tekintetében is mindenképpen előnyt jelent a programsorozat megvalósítása mind kifelé, mind a kollégák felé, akiket márkanagyköveteknek tekintenek.

Kiemelt sikernek tartják azt, hogy egy lokális kezdeményezés nemzetközi szintre emelkedett, és a Tesco Csoport más országaiban is megvalósult 2021-ben a program.

JÖVŐ:

A cég **az elkövetkezendő években is folytatja a programsorozatot**, minden évben olyan programstruktúra kialakításával, amely a munkatársak érdeklődését a lehető legjobban fel tudja kelteni.



TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

- <https://d2io1s13lhj42h.cloudfront.net/wp-content/uploads/sites/2/2021/06/25100224/a-tesconal-mindenkit-szivesen-latunk-soksznusegi-jelentes-2021.pdf>

TESCO-GLOBAL Áruházak Zrt.

A Tesco munkáltatói felelősségvállalása a járványhelyzetben



Effekt 2030 – A közösségi befektetések díj 2021. évi pályázatán a **Példamutató munkáltató** kategóriában **I. helyezést** nyert el.

A PROGRAM IDŐTARTAMA: 2020. február - napjainkig

A PROGRAM ELŐZMÉNYEI: Az egyik legnagyobb hazai munkáltatóként a **Tesco kötelessége a biztonságos munka és vásárlási környezet kialakítása, fenntartása. A program elindítását a koronavírus-járvány elterjedése és a veszélyhelyzet kialakulása okozta.** A cég folyamatosan monitorozta az áruházvezetőkkel és a zárt munkatársi Facebook csoportban a járvány által, a mindennapi munkavégzést befolyásoló tényezőket, s igyekezett azok megoldására választ találni.

A PROGRAM CÉLJA:



A program célja olyan közösségerősítő aktivitások szervezése, anyagi támogatások biztosítása volt, amellyel megkönnyítették a dolgozók fizikai és szellemi biztonság-érzetének fenntartását. A nehéz helyzetbe került kollégák mindennapjait segítették, illetve biztosították a gyors információhoz jutást. A vállalat szerette volna elérni, hogy a dolgozók érezzék a Tesco támogató erejét, közösségét.

ILLESZKEDÉS A VÁLLALAT MŰKÖDÉSÉHEZ:

A program **teljes mértékben illeszkedik a Tesco alapelvéhez**: céljuk, hogy az apró figyelmességek révén jobbra tegye a dolgozók mindennapjait: jelen esetben a munkatársakról való anyagi és lelki gondoskodással biztonságérzetüket növelni, félelemérzetüket pedig csökkenteni tudták.

A PROGRAM LEÍRÁSA:

A Tesco olyan programokat indított online, amelyek közös metszete az, hogy mindegyiket áthatja a gondoskodás, az egymásra való odafigyelés, a másik ember fizikai, lelki biztonságának növelése, a biztonságos munkavégzés. Ennek érdekében a következő intézkedéseket hozták meg:

(1.) A családok védelmének megsegítésére hozott intézkedések: 156 rászoruló kollégát támogatott a cég közel **16 millió forint** értékben, továbbá a tescós gyerekek táboroztatására (156 fő), valamint szüneti támogatására **75 millió forintot** adtak.

(2.) A biztonságos munkakörnyezetért meghozott intézkedések: a veszélyeztetett csoportba tartozóknak **fizetett távollétet nyújtottak; növelték a kézfertőtlenítők, kesztyűk rendelését; a jó fizikai állapothoz vitamint és gyümölcsöt biztosítottak** (több mint 62 tonnát); a pénztáraknál **plexifalakat állítottak fel**. A központi irodában dolgozó közel **900 munkatársat otthoni munkavégzésre állították át** néhány nap alatt. Közel 11 000 munkavállaló számára szinte **real-time tájékoztatást** adtak az operatív változásokról. Napi 3 cikket tettek közzé a munkatársi oldalon, valamint heti 2 irodai hírlevelet küldtek ki.

(3.) A gondoskodás és az oktatás jegyében meghozott intézkedések: online **Egészséghetet és Sokszínűségi hetet** indítottak, több mint 4000 videómegtekintéssel. Az **ICAS tanácsadást biztosított** a nehéz helyzetbe került munkavállalóknak, emellett további **online közösségépítő aktivitásokat** is szerveztek. Mindezek mellett **bruttó 1 milliárd forint elismerési bónuszt nyújtottak át a kiskereskedelem hőseinek**.



KÖZÖSSÉG:



A program a belső kommunikációs csapat és a HR, valamint a működési terület szoros együttműködésében valósult meg. A kijelölt munkatársak folyamatosan, gyakran napi kapcsolatban álltak az illetékes hatóságokkal, hogy megbízható, hiteles információt tudjanak nyújtani a kollégáknak, vásárlóknak. A sajtó képviselőit sajtómegkeresések esetén is tájékoztatták a publikus belső lépésekről.

A program célcsoportját a Tesco dolgozói alkották. Számos módon igyekeztek őket bevonni az intézkedésekbe, erősítve a támogatás, a közösséghez való tartozás érzését. Ez a következő módokon valósult meg: (1) irodai kollégák, csapatok bevonása történeteik, javaslataik megosztásával; (2) az áruházi kollégák számára közös éneklést szerveztek; (3) az áruházvezetők bevonása az információk terjesztésébe; (4) a munkatársi Facebook csoportban releváns hírek megosztásával. Az irodai munkavállalók tájékoztatására a cég egy 3 havi tervet készített külső tartalomszolgáltató partnerével, melyben meghatározták, hogy a kijelölt hetekben mely témákat fogják körbejárni, milyen aktivitásokat terveznek.

A rendkívüli helyzet miatt rendkívül intenzív energiabefektetést igényelt kollégáiktól a program megvalósítása, amelyet a munkakörük keretében végeztek. Az áruházi dolgozók részéről is extra energiabefektetést igényelt a vásárlók biztonságos és folyamatos kiszolgálása, amelyben a központi iroda munkatársai is segítettek önkéntesként a *Helping Hands* vállalati program keretében. Elismerés bónusz és kedvezménykupon formájában is jutalmazták kollégáikat annak elismeréseként, hogy fáradhatatlanul dolgoztak a folyamatos élelmiszerellátásért. Ezen felül a program koordinátorai megkeresték azokat az ismert személyeket, akikkel már korábbi projektek keretében együtt dolgoztak azért, hogy motiválják és elismerjék a munkavállalók fáradozásait. Ellenszolgáltatás nélkül szívesen mondtak köszönetet a Tesco dolgozóinak a helytállásukért.

HATÁS:

Az intézkedéseknek köszönhetően a dolgozói elégedettségi felmérésből látható, hogy a munkavállalók elégedettek voltak a Tesco intézkedéseivel és nagyra értékelték azokat. A felmérésből a következő eredmények rajzolódtak ki: (1) a veszélyhelyzet ellenére rekord számú kollégát sikerült aktivizálni az online tréningeken, webinárokon; (2) forradalmasították a kiskereskedelmi szakmai ismeretek oktatását a munkatársaknak; (3) a Tesco családbarát munkáltató tudott maradni ebben a nehéz időszakban is; (4) az intézkedésekkel kollégáik vállalat iránti elkötelezettségét is sikerült növelniük; (5) elérték azt, hogy büszkeség legyen kiskereskedőként dolgozni és „kiskerhóssá” válni; (6) minden munkavállaló tisztában volt a legaktuálisabb szabályokkal és naprakészek tudtak maradni a változó jogi környezet mellett.

Programjuk, illetve a belső kommunikáció sikerességét mutatja, hogy a munkatársi weboldalon megnőtt a releváns cikkek olvasottsága – amit Google Analyticsben követték nyomon –, az aktivitásokban kollégáik a korábbiakhoz képest nagyobb arányban vettek részt. Emellett a zárt Facebook csoportban is számos köszönő, elismerő kommentet kapott csapatuk. Az elismerő kommentek alapján bíznak abban, hogy a munkatársak elkötelezettebbek lettek a Tesco irányába, és a felelős munkáltató képét tovább tudták erősíteni, és olyan környezetet tudtak biztosítani, amelyben szívesen dolgoznak kollégáik.

Tekintettel arra, hogy az irodai munkatársak otthoni munkavégzés keretében dolgoztak, és napi rendszerességgel nem kellett beutazniuk az irodába, a közel 900 munkavállaló munkába történő közlekedéséből származó CO² kibocsátás jelentősen csökkent. Ezen felül az üzleti utak törlése következtében is csökkent a CO² kibocsátás.

A korlátozások enyhülésével nyilvánvalóbbá vált, hogy vannak előnyei a járvány alatt bevezetett változtatásoknak. Ilyen előremutató változtatás a rugalmas munkavégzés, amelyet a jövőben is biztosítani szeretnének a munkavállalóknak, így a hibrid munkarendet már be is vezették.



JÖVŐ:

Az irodába történő szakaszos visszatérés folyamatban van a biztonsági szempontok elsődleges figyelembevételével. A vállalat bízik abban, hogy a koronavírus-járványt sikerül nemzetközileg és hazánkban is visszaszorítani, így hasonló intézkedések bevezetésére nem lesz szükség. A Tesco lehetőségeihez mérten fenntartja azokat a programokat, amelyek a koronavírus miatt nehéz helyzetbe került munkatársainkat támogatja. Jelen programban olyan *best practice*-eket alakítottak ki, amelyeket a jövőben is használni tudnak.



TOVÁBBI INFORMÁCIÓK:

- www.entecom.hu/koronavirus
- <https://d2io1s13lhj42h.cloudfront.net/wp-content/uploads/sites/2/2020/06/29074343/lhp-riport-19-20.pdf>
- <https://www.youtube.com/watch?v=UNcIRFfWRuY&feature=youtu.be>
- <https://www.youtube.com/watch?v=AxJDbVwT8RI&feature=youtu.be>