

Provident Pénzügyi Zrt. - Provident Őrangyal Program

A program a MAF Társadalmi Befektetések Díj 2013-as pályázatán a *MAF Legnagyobb Hatást Elérő Támogatói Program Kategóriában* és a *MAF Legsikeresebb Partneri Együttműködések Kategóriában* **shortlist jelölést** kapott.

A program időtartama: 2009 óta folyamatos

A programra fordított támogatás:

pénz: 21.243.141. Ft (2012. dec. 31-ig)

természetben: 5.756.932. Ft (2012. dec. 31-ig)

önkéntes munka: 64.773.000. Ft (2012. dec. 31-ig)

szervezési költség: 16.776.149. Ft (2012. dec. 31-ig)



A program előzményei:

A program "valós időben" reagál a szükségletekre, azaz a civil partnerszervezetek a pillanatnyi helyi igények alapján nyújthatnak be pályázatokat, akár a Providentes kollégákkal együttműködve. Utóbbiak gyakran dolgoznak főállásban szociális, egészségügyi, oktatási intézményekben. A vállalat rendszeresen felméri a társadalmi igényeket (2012: 2.000 fős telefonos kutatás – Melyek a legégetőbb krízisterületek a helyi közösségekben? 2013: fókuszcsoportok a Provident közösségi programjairól, stb.). Az évente megrendezett érintetti találkozók során a vállalat a partnereivel is konzultál a társadalmi befektetéseiről.

A program célja:

Az önkéntes program célrendszere rendkívül sokrétű.

- 1) Helyi közösségek életminőségét javítja (a Provident ügyfelei és dolgozói is ott élnek)
- 2) Bizalmat épít a társadalom, a kollégák és szakemberek körében a Provident iránt
- 3) Lehetőséget ad a kollégáknak arra, hogy készségeiket fejlesszék
- 4) Példamutatással és modellprogramokkal készít fel emberi közösségeket arra, hogy együtt oldjanak meg akut vagy krónikus problémákat (pl. árvíz, vörösiszap, alulfinanszírozott helyi intézmények állagjavítása közösségi munkával...)
- 5) A program az egyik legsúlyosabb magyar társadalmi probléma, a gazdasági analfabetizmus visszaszorítása érdekében is kísérletezik eszközökkel

Illeszkedés a vállalat támogatási stratégiájába:

A Provident az ügyfelei jó részét továbbajánlás útján szerzi, ezért az ügyfelek elégedettsége kulcskérdés, utóbbit pedig gyakorlott és elkötelezett munkaerővel lehet magas szinten tartani. Az

önkéntes program növeli a dolgozók elkötelezettségét, csökkenti a fluktuációt, és csapatépítő, illetve motivációs hatása van.

A Provident mint brand, illetve az általa kínált termékek, szolgáltatások még mindig viszonylag újak számítanak Magyarországon - ameddig a közvélemény teljesen megérti és „befogadja” a vállalatot, addig a Provident társadalmi befektetéseiről megjelenő pozitív hírek segítenek építeni a bizalmat.

A Provident reputációját a dolgozók körében szintén hatékonyan fejleszti a program, egyúttal növeli az önkéntes akciókban élen járó vezetők támogatottságát is, ami pozitívan hat vissza az üzleti teljesítményre.

Egy 2013-as fókuszcsoporthoz tartozó felmérés szerint a társadalmi befektetéseink közül a helyi jótékonyági akcióink voltak a legszimpatikusabbak a megkérdezetteknek.

A program leírása:

A "Provident Órangyalok" önkéntes program keretében a vállalat dolgozói az elmúlt években több mint 70.000 munkaórával segítettek hátrányos helyzetű szociális, oktatási, egészségügyi intézményeket; a véradó alprogram sok ezer emberi életet mentett meg. A kollégák, illetve kollektívák saját kezdeményezéseit szervezett módon, kifinomult és innovatív belső pályázati rendszerben karolja fel a Provident. A program évről évre bővül, az egyes projektek sikere nyomán az önkéntesség a vállalati kultúra szerves részévé vált - ezt az is mutatja, hogy a szervezeti egységek mindinkább önkéntes munkára szánják a csapatépítés céljából kapott munkaidő kedvezményeket és forrásokat is. A program az elmúlt 5 évben csaknem 100 különféle civil szervezettel dolgozott együtt.

A Provident Órangyal Program belső pályázati rendszere:

Az önkéntes akciókat tervező kollégák és a segítségért folyamodó helyi civilek - egyre gyakrabban közösen benyújtott - pályázatait megadott minőségi paraméterek alapján a területi / regionális vezetők szűrik elő, és továbbítják a Központi Irodához, majd a CSR/fenntarthatósági szakértő és két kommunikációs vezető a pályázókkal egyeztetve szakmai zsűrizést végez előre meghatározott szempontok szerint. A konszenzusos javaslatok alapján a támogatásokat a vezérigazgatónak és még legalább egy igazgatónak kell jóváhagynia.



Innovativitás:

A Provident pályázati rendszerének módszertanából és dokumentációjából már több magyar nagyvállalat és az anyavállalat (IPF) is merített. A segíteni vágyó dolgozók és a támogatást váró civil szervezetek közösen pályáznak a vállalati erőforrásokra – a Provident nem tiltja, sőt egyenesen bátorítja a kollégákat, hogy a "kedvenc" szervezeteiket képviseljék. Az előszűrő-, bírálati és

implementációs folyamatok elősegítik (bizonyos pontokon el is várják) a menedzsment aktív szerepvállalását.

A Provident 2013-ban anonim módon végzett belső üzleti etika kutatása szerint a jótékonysági akciókkal kapcsolatos döntéseket maximálisan transzparensnek érzik a kollégák. Ezt bevonással sikerült elérni: a bírálati folyamatban a pályázók maguk is részt vesznek. Pontos ismerik a bírálati szempontokat, és hogy mi a háttere ezen szempontoknak. A pályázók versenyeznek egymással, ami jót tesz a pályázatok minőségének.

Partnerség:

A Provident a társadalmi befektetések során számos ponton együttműködik különféle civil és szakmai szervezetekkel, kormányzati szereplőkkel, sőt, alkalomadtán versenytársakkal is. Ezek a partnerségek leggyakrabban az alábbi formákban valósulnak meg:

- Nagy civil szervezetekkel bonyolított jótékonysági projektek - pl. Máltai Szeretetszolgálat (családok felvértezése alapvető gazdasági ismeretekkel), Ökumenikus Segélyszervezet (coaching munkanélkülieknek, SzeretetÉhség, stb), Vöröskereszt (véradás), stb
- Média: CSR tematikus médiumokkal megállapodások (Népszabadság Jótett melléklet, Mecénások Klubja, SocialBranding, stb)
- Közös önkéntesség kamarai tagokkal (BCCH, AmCham, HBLF, stb)
- Az RTL Klub segített hírességeket meghívni számos jótékonysági akciókra (pl. Megasztárok)
- HBLF vállalati önkéntes munkacsoport: Give&Gain Day, Kerekesszékes Kosárlabdabajnokság,
- Szelektív hulladékgyűjtés szakmai partnerekkel, ...

A több szervezet által delegált önkéntes csapat nagyobb hírértéket képvisel, ami növeli az akciókról megjelenő cikkek számát. Az akciókba partnerként bevont médiumok garantáltan tudósítanak az akciókról. A Provident által is látogatott szakmai munkacsoportokban (HBLF, MAF, BCCH, KÖVET) élénk best practice csere-bere folyik.

Minthogy a program önkéntes akciókon alapul, így a kedvezményezettek is aktív partneri szerepet töltenek be. A leggyakoribb munkamegosztás:

- Provident: állja a költségeket, önkénteseket küld, ellátja a szakmai felügyelet, gondoskodik országos/regionális kommunikációról, adminisztrál
- Kedvezményezett: munkaterv, helyi koordinátorok, anyagbeszerzés
- Közösen: forgatókönyvek, védnökök, helyi kommunikáció, önkéntesek ellátása
- Külső partnerek: közös önkéntes pool, kommunikáció, tanulságok megosztása

Számos "ad hoc" önkéntes projekt fejlődött hosszú távú partnerséggé (pl.: Mozgásjavító Iskola, Vakok Iskolája, Éltés Mátyás Speciális Iskola, Mozgássérült Emberek Rehabilitációs Központ, Ökumenikus Segélyszervezet Dunavarsányi Idősek Otthona)

Eredmény, hatás:

2012 folyamán a Provident LBG riportja szerint 5.520 alkalommal önkénteskedtek a kollégák a munkaidejükben, kb. 11.500 munkaórát teljesítve. A vállalat csaknem 4.000 fős dolgozói létszámához képest ez jelentős arány, sok kolléga több alkalommal is részt vett az akciókban. 7.945 órát önkénteskedtek saját szabadidejükben a kollégák, 3.424 alkalommal. 736-szor olyan feladatokat láttak el, amelyek munkájuk szempontjából is fejlesztették releváns készségeiket.

Az akciókban a kedvezményezettek is részt vettek szervezőként, illetve kivitelezőként. Ez a munkamegosztás lehetővé teszi, hogy a szereplők kölcsönösen sokat tanuljanak egymástól. Az önkéntes akciók civil szervezői olyan készségeket is fejlesztenek, amelyeknek a munkában is hasznát veszik (pl.: hatáskörön túli vezetés, kollégák motiválása, logisztikai alapok, stb.). 2012-ben a Provident 79 szervezetet támogatott olyan projektekkel, amelyeknek önkéntes eleme is volt.

A vállalat LBG riportja szerint az önkéntes projekteknek 13.150 direkt kedvezményezettje volt, főként szociális, egészségügyi, oktatási intézmények által kiszolgált személyek. 2012-ben a Provident 1.200 véradó munkatársa megmentettek 3.600 emberéletet. A helyi önkéntesek főként a támogatott egészségügyi, oktatási, szociális intézmények infrastruktúráját fejlesztették, ezen keresztül az ott lakók életminőségét javították (kertrendezés, tisztasági festés, lomtalanítás, mozgássérült rámpa, stb.). A partnerek közül a Provident 23-mal már több alkalommal együttműködött. Az önkéntes programnak is köszönhető, hogy 2012-ben a munkaerő fluktuáció 5% alatt volt a Provident Központi Irodájában, és dolgozói elkötelezettség terén a magyar Provident a világ 30 legjobb cége közé tartozik (Gallup International „Great Workplace Award”).

Mintegy 50 sajtómegjelenés látott 2012-ben napvilágot a Provident önkéntes projektjeiről, ez az összes sajtómegjelenés 13%-a. A vállalat összes CSR témájú média megjelenése az összes hírtermés 56%-a volt. Ezek a megjelenések bizalmat építenek a közvéleményben és a közvélemény-formáló újságírók között a Provident iránt. Az önkéntes program és annak kommunikációja így feltehetőleg hozzájárult ahhoz, hogy a Provident márkaelfogadottsága marketingkutatások szerint 50%-kal nőtt 2009 és 2012 között. A támogatott szervezetek kiválasztásába a Provident időnként az ügyfeleket is bevonja, így 2011-ben például 70.000 ügyfél szavazata alapján tervezett meg egy 10 helyszínes akciósorozatot. A Provident ügyfelek elégedettsége átlag 94% volt 2012 folyamán.

Kommunikáció:

A Provident önkéntes programjának fontos területe a külső és belső, lehetőleg az innovációt és kölcsönös tanulást lehetővé tevő kétirányú kommunikáció.

- Belső, zárt Facebook csoport (bőséges képanyag készül az akciókon, és a kollégák maguk is tudósíthatnak a saját akcióikról)
- Sajtóközlemények: média megjelenések (elektronikus, nyomtatott). A program vívmányai leghatékonyabban ezeken a csatornákon keresztül juthatnak el a közvéleményhez.
- Stratégiai partnerség szakmai médiumokkal (CSR mellékletek, blogok, gazdasági lapok, stb)
- Támogatott szervezetek sajtókapcsolatain keresztül keletkező kommunikációk (intézmény weblapja, helyi újság, polgármesteri hivatal, stb)
- Előadások konferenciákon, szakmai munkacsoportokban (MAF, KÖVET, BCCH, AmCham, Common Purpose, stb)
- Belső hírlevelek, vezérigazgatói blog, vállalati konferenciákon prezentációk.