



Event

вместо посиделок

Корпоративные праздники давно уже перестали быть просто неформальными посиделками за накрытым столом. Сегодня это инструмент, позволяющий формировать культуру, влиять на умы сотрудников, решать проблемы компании. Об особенностях корпоративных мероприятий как средства управления персоналом рассказала Катерина Кокорина, арт-директор пермского Event-BTL-агентства KADK group.

Q Каким образом можно совместить коллективный отдых с решением серьёзных бизнес-задач?

— Любой праздник, event, как мы это называем, может и должен преследовать какие-то цели, в особенности в преддверии Нового года, ведь это начало нового отрезка времени. В этом году просят так: «Пусть это не будет выглядеть пиром во время чумы. Дайте людям понять, что мы их не бросим, но не делайте из этого феерического шоу». Таким образом, самой актуальной становится задача — антикризисное воодушевление сотрудников.

Q На какие вопросы должен ответить заказчик, планируя корпоратив, чтобы тот получился по максимуму эффективным для дальнейшей работы компании?

— Кроме даты, количества и чёткого понимания целевой аудитории он должен представлять, что происходит в коллективе, каковы особенности взаимодействия сотрудников, какие проблемы есть в компании. Однажды, планируя мероприятие, мы выяснили, что в коллективе на специализированном производстве, 70% которого — много работающие мужчины, есть огромная текучка, несмотря на хорошие зарплаты. Мы посетили производство и в неформальной обстановке узнали, что работников постоянно «пилят» жёны — ведь их никогда не бывает дома! Единственным выходом в

такой ситуации оказался «семейный день»: мужчины пришли на корпоратив с детьми и жёнами, которым наглядно объяснили, чем на работе занимаются их мужья, — даже показали детали, которые те производят.

Q Как оценить эффективность мероприятия по его завершении?

— Проведение самого мероприятия составляет 20% нашей работы. Ещё 70% — это его подготовка, и ещё 10% работы совершается после праздника. Мы не теряем связь с заказчиком — в наших интересах отследить конверсию, эффективность в достижении поставленных перед праздником задач. В вышеописанном случае, например, текучка уменьшилась на 17% — это статистика отдела кадров, взятая через три месяца после праздника. Также мы обязательно проводим анонимный опрос участников в конце корпоратива: «Понравилось или нет? Что конкретно?» Это позволяет понять, чего людям не хватило, и учесть это в следующий раз при работе с той же компанией. Мы гарантируем клиенту 90% положительных отзывов его сотрудников, и, если этот показатель не достигнут, заказчик сам решает, платить нам гонорар или нет.

Q Что бы вы пожелали своим потенциальным заказчикам?

— Прежде всего — давайте создавать вашу корпоративную культуру вместе,

улучшать ситуацию в компании, празднуя. Сегодня это возможно! **KADK group берёт деньги только за конкретный результат:** ведь иной раз внутренняя корпоративная газета, созданная всеми сотрудниками, будет куда более эффективна, чем дорогой выездной фестиваль или турслёт. И не стоит переживать по поводу маленького бюджета: важную для вас задачу можно решить даже небольшими средствами. **Давайте выстраивать мероприятия, руководствуясь целями компании, а не просто потому, что нужен праздник!**



EVENT-BTL-агентство KADK group.
Ул. Г. «Звезда», 5, оф. 418.
Тел. +7 (342) 203-00-29.
E-mail: info@kreakors.ru,
www.btlperm.ru,
www.kreakors.ru,
<https://vk.com/kreakors>.