

**БЪЛГАРСКА АСОЦИАЦИЯ ЗА УПРАВЛЕНИЕ НА ХОРА**



С подкрепата на



В партньорство с



### **Секция 1 – Данни за контакт**

Кандидатура за категория: Най-добър HR проект на МСП

Компания	Плейтех България ЕООД
Лице за контакт	Дария Топалова
Позиция	HR Manager

### **Секция 2 – Мотивация за участие**

Представяме проект за популяризиране на работодателската марка без аналог в страната съчетаващ в себе си успешна брандинг стратегия, иновации, предизвикателства и ангажиране както на нашите служителите, така и на външна аудитория. С проекта разработен по повод 10-ия юбилей на компанията у нас постигнахме предварително поставените цели като най-важната от тях бе популяризиране на работодателската марка, въвличайки нашите служители във

вълнуваща и запомняща се игра, която остави траен отпечатък в историята на компанията в България с ефект дори и след приключването ѝ.

Още при разработването на идейния проект концепцията при избор на предизвикателства зависеше от активното участие на нашите колеги от всички нива в Плейтех България. Предизвикателство пред HR отдела ни бе и фактът, че в компанията работят хора от различни поколения, а екипите са разделени на два етажа по направления, поради спецификите на продуктите, които се разработват. Това води до по-рядка комуникация между колегите, тъй като нямат допирни точки по време на работния процес. Благодарение на това, че съчетахме индивидуални с екипни задачи успяхме да въвличем в играта голяма част от нашите колеги, а резултатът след приключване на проекта се изразяваше в по-сплотени екипи, по-добра комуникация и опознаването на колегите от различните ни звена и повлия изключително положително върху това да бъдем по-разпознаваеми сред потенциалните ни кандидати за работа. Положителните резултати след приключването на този проект се изразяват в постигането на по-добър имидж на компанията, благодарение на вътрешния ни ресурс, а именно нашите служители – огледалото на всяка компания и най-достоверния източник на работодателската марка.

За нашия HR отдел разработването и реализирането на игра по повод 10 годишнината на компанията за популяризиране на работодателската марка се превърна в един успешен проект в областта на човешките ресурси. С него спечелихме екипна награда за иновации и популяризиране на работодателската марка в ИТ сектора. Благодарение на този проект бяхме поканени за гост лектори на годишната HR конференция, за да споделим добри практики пред колеги от гилдията. По време на кафе паузата доста колеги, които не познавахме споделиха силното си впечатление и възхищение от организацията и идеята на представения проект, а това за нас бе ценно и мотивиращо. Удовлетворението ни, че сме се справили добре с поставената цел идва от положителната обратна връзка от нашите колеги и мениджъри, от добавената стойност за компанията и разпознаваемостта сред потенциалните ни кандидати за работа.

### **Секция 3 – Описание на кандидатурата**

Проектът представлява разработването на игра по повод 10-тия рожден ден на фирмата у нас, в която са включени етапи с различни предизвикателства, през които участниците (служителите на Плейтех България) трябва да преминат борейки се за голямата награда – 10 дневна екскурзия в екзотична страна.

Разработването на идейния проект за играта от HR екипа (Дариа Топалова, HR Manager и Ива Иванова, HR Generalist) и външна агенция (Нощна Стража), с чиято помощ бяха създадени две от четирите предизвикателства, започна през месец април 2016 година. По време на брейнсторминг сесиите бяха дискутирани целите и резултатите, които искахме да постигнем с този проект. За по-ясна визуализация на проекта бе използван методът на мисловните карти, за да могат да се обсъдят различни възможности, но да изберем тази, която най-добре да се впише в концепцията за игра, в която да се включат всички колеги, да бъде продължителна и интригуваща, да бъде обвързана с 10-тата годишнина на компанията и да има отзвук от нея сред външна аудитория.

За начало на играта обявихме месец юни. Победителите щяха да станат ясни по време на Коледното ни парти в средата на месец декември. Използвахме различни канали за комуникация на предстоящата игра – мейли, информационни монитори, разположени на много места из офиса ни, корпоративен бюлетин (insider).

Избрахме играта да бъде развита в 4 етапа, като последните 3 носеха определен брой точки и водеха до продължаването само на най-мотивираните и успешни отбори:

- **Първи етап** – индивидуално предизвикателство включващо фейсбук игра, в която всеки участник трябва да публикува снимка със специфичен хаштаг, на която да бъде изписано логото на фирмата. Победители щяха да бъдат 20-те собственика на снимките, събрали най-много харесвания през периода от 2 месеца. Стратегически избрахме началото на играта да съвпада с датата 1-ви юни, а в допълнение преценихме, че е удачен период, който съвпада с летните почивки на нашите колеги.

За да продължат в играта победителите от първи кръг (вече капитани на отбори) трябваше да измислят име на своя отбор и стратегически да сформират екипи от точно 4 човека, с които да се борят до края за голямата награда. Капитаните бяха единствените лица за контакт при следващите задачи като те получаваха загадките и трябваше да организират екипната работа на своя отбор. Най-важното условие беше членовете на отбора да не се променят в течение на играта. Така дадохме възможност да се включат колеги, които не са взели участие в първия етап.

- **Втори етап** – екипни предизвикателства, включващи: решаване на логически задачи, treasure hunt и градско ориентиране, проведени през месец септември;
- **Трети етап** - преминаване през ескейп стая създадена специално за играта, за да осигурим равен шанс на участниците през месец октомври.
- **Четвърти етап** - заснемане на видео лично от екипа с продължителност до 5 минути на тема “Чудният свят на Плейтех” през месец ноември.

На всеки етап от играта продължаваха половината от състезателите от предходния кръг. Верните отговори носеха точки на отборите, но другото важно условие беше и решаването им за време. Така след логическите задачи останаха 10 отбора, след ескейп стаята останаха 6 отбора, заради равен резултат на последните два отбора (по предварителен план трябваше да са 5). Тези шест отбора имаха на разположение един месец, за да заснемат и предадат своите видеа, които щяхме да изгледаме по време на Коледното парти и да направим гласуване на място, използвайки бюлетини. Това беше изключително вълнуващ момент за всички присъстващи, които за пръв път видяха резултата от труда на своите колеги. Настроението беше приповдигнато и всички се вълнуваха (имаше смях, закачки и бурни аплодисменти). Изгледахме 6 уникални интерпретации по темата, пресъздаващи Плейтех Wonderland чрез : новинарски емисии, специално създаден текст върху известно българско рап парче, супер герои, Mannequin challenge, приказни герои, blitz интервю.

За да осигурим максимална обективност видеата бяха оценени и от безпристрастно жури от топ мениджъри на глобално ниво, единият от които беше маркетинг директора на цялата група в Плейтех.

След завръщането на отбора победител от Шри Ланка (февруари 2017 година) последва и кампания в таргетирана от нас медии. В интервютата за [karieri.bg](#) и [esotomtu.bg](#) колегите разказаха за преживяването си по време на играта и престоя си в екзотичната страна. Креативните видеа спомогнаха за популяризиране на компанията по един по-интересен начин, представен от самите служители – огледало на всяка компания и най-достоверния посланик на работодателската марка представена през тяхната призма и усещане за ангажираност. Вярваме, че тази игра заедно с множеството други инициативи, които организирахме, допринесе в голяма степен за сплотяване на колегите и осъзнаване на добрата работна среда и атмосферата, което се отрази в увеличаване на процента с 10% на препоръчаните от наши колеги и наети кандидати без промяна в условията на "Refer a friend" програмата ни. И в момента се наблюдава нарастване на директно кандидастващите по наши обяви хора, което респективно намалява бюджета на компанията, необходим за подбор. Силен показател за добрия employer branding в компанията е и фактът, че имаме немалък брой бивши колеги, които искат да се върнат обратно в Плейтех. За тази година наехме обратно трима души. 41.9% от нашите служители са с трудов стаж над 4 години в компанията.

Този проект повлия върху повишаване на ангажираността и мотивацията на нашите служители видно в резултатите от вътрешните анкетни проучвания. Позитивната работна атмосфера, предизвикателната работа и креативната ни офис среда превръщат Плейтех България в предпочитан работодател в динамичния и бързоразвиващия се ИТ сектор. Постигнатите цели и положителната обратна връзка не само след провеждането на играта, но и тази, която ежедневно получаваме от нашите колеги ни дават увереността да вярваме, че има смисъл във всичко, което правим и ще продължаваме да правим за нашите служители.

Година по-късно по повод 11-тия рожден на фирмата продължихме проекта за популяризиране на работодателската марка този път с таргет външна аудитория (студенти, изучаващи информационни технологии) като организирахме фейсбук игра с логически и математически загадки и възможност всеки ден първият дал верен отговор да спечели страхотна награда. Раздадохме общо 11 награди като голямата награда бе дадена след томбола, включваща имената на участниците дали най-много верни отговори на публикуваните от нас загадки. За разпространението на играта се свързахме с кариерните центрове на университетите (ФМИ, ТУ), които разпространиха информацията сред своите студенти, за пръв път заложихме и на фейсбук реклама. Тя доведе до значително увеличение броя на последователите на корпоративната ни фейсбук страница – повече от 100 в рамките на 2 седмици. Последваща стъпка в employer branding стратегията ни е провеждането на Дни на отворените врати в нашия офис като целевата ни група е да поканим ученици от 12-ти клас от специализирани учебни заведения като: СМГ, НПМГ, ТУЕС, „Джон Атанасов“, които да ориентираме кариерно чрез вдъхновяващи срещи с успели наши колеги и утвърдени професионалисти. Те ще им дадат правилни и полезни насоки какви стъпки да следват, за да намерят най-добрия кариерен път.