



POSTALI SMO BOLJŠI

Lovro Peterlin, direktor A1 Slovenija, pravi, da je za nami skrajno zanimiva izkušnja, ki je spremenila naš način dela in življenja. »Prilagoditve smo bili prisiljeni narediti čez noč, pa čeprav bi še pred nekaj meseci menil, da je za to potrebnega veliko več časa. Pa pojdimo na začetek. Kot odgovoren oče in partner sem najprej poskrbel za zdravje družine. Potrebno je bilo veliko več usklajevanja in dogovarjanja zaradi šole in obšolskih obveznosti. Dnevna soba je postala učilnica, kabinet je postal soba za ustvarjanje in plesne vaje, domače dvorišče smo spremenili v teniško igrišče.

Kot član ekipe A1 in vodja pa sem glavno skrb namenil zdravju zaposlenih in naših uporabnikov. Zaprlj smo vsa prodajna mesta, zaposleni smo svoje delovne kotičke prestavili v okolje doma. Nenadoma smo bili prisiljeni delovati, razmišljati in sprejemati odločitve v povsem drugačnih razmerah. Samoumevne stvari so nam postale nedostopne. Najbolj sem pogrešal fizični stik s sodelavci. Delovanje na daljavo je pokazalo, kako močno in napredno korporativno kulturo smo zgradili v A1. Dobili smo potrditev, da je prisoten zanesljiv ekipni duh, da smo pri sprejemanju odločitev zelo agilni; spremembam smo se prilagodili hitro in neopazno za uporabnika. Temu so sledili tudi rezultati, ki niso kazali dejanske slike praznih pisarn.

Koronavirus nas je postavil v situacijo, ko smo začeli razmišljati in delati drugače. Postali smo boljše. Boljši starši, boljše partnerji, boljše sodelavci, boljše vodje. Lahko rečem, da smo boljše pripravljene na nepričakovane izzive, ki nam bodo še bolj kot prej predstavljali predvsem veliko priložnost. Iz njih bomo potegnili samo najboljše,« je MM-u zaupal Peterlin.



V PRIMERU DRUGEGA VALA PRAKSE NE BODO BISTVENO SPREMINJALI

Simon Cetin, ustanovitelj in partner v agenciji iPROM, je ponosen predvsem na svojo ekipo. Kot pravi, je ta temelj vsega, razmere, povezane s covidom-19, pa so znova potrdile, da iPROM združuje »odlične ekipe in zares korektne posameznike«. Dodaja, da kultura njihove organizacije temelji na ciljih, sodelavcem pa dopušča svobodo pri ustvarjanju in doseganju teh ciljev. »Kljub delu na daljavo so vsi procesi potekali nemoteno in tekoče. Vsa orodja za podporo poslovnim procesom imamo 'kolocirana' in do njih lahko dostopamo od kjer koli in kadar koli. V primeru drugega vala prakse ne bomo bistveno spreminjali. Ne glede na razmere pa vse kaže, da interni sestanki in kolegiji v iPROM-u odslej ne bodo več vezani na termin in lokacijo, temveč na spletni termin, ne glede na fizično lokacijo udeleženca,« je povedal.



PAMETNEJŠI IN BOGATEJŠI ZA ŠE ENO (PRE)IZKUŠNJO

Petra Čadež, direktorica marketinga v strateškem poslovnem področju delikatesni namazi v Atlantic Grupi, je svoje sporočilo sebi zapisala kar po točkah:

- Vse bo v redu, akcija!
- Ljudje smo zelo prilagodljivi. Predvsem v marketingu.
- Legitimno je pogrešati ljudi in »zabavo« v pisarni. Tudi virtualna druženja so lahko zelo zabavna.
- Neverjetno je, kako je ekipa stopila skupaj. In kako znamo ceniti majhne stvari in si pomagati.
- Zdaj smo pametnejši in bogatejši za še eno (pre)izkušnjo.
- Kako neverjetno lepo bo, ko bomo spet skupaj tudi v živo.



»POZABIMO NA NAČRTE IN SE PRILAGODIMO«

Tudi **Andreja Lenart**, direktorica centralnega marketinga v Telekomu Slovenije, ob misli na pandemijo najprej poudari, kako odlično so se izkazali zaposleni.

»Razglašena epidemija in obdobje, ki je sledilo po tem, sta bila preizkušnja za vsakega posameznika, ekipo in podjetje kot celoto. Če bo prišlo do drugega vala covid-19, bom najprej pomislila na ponos, ki smo ga sodelavke in sodelavci v Telekomu Slovenije čutili, ko smo izjemno #povezani, čeprav smo bili na različnih koncih Slovenije, skupaj soustvarjali odziv našega podjetja. S takšno angažiranostjo, predanostjo, hitrostjo, iznajdljivostjo in maksimalno pripravljenostjo pomagati tako sodelavcem kot uporabnikom, zdravstvenim in humanitarnim organizacijam, mladim iz socialno ogroženih družin, starostnikom, pa tudi državnim organom in podjetjem, ki smo jo izkazali, nam bo vsem ob morebitnem drugem valu precej lažje. V svoj opomnik ob tem pa lahko zapišem:

- Dokazimo, da smo tudi v velikih podjetjih hitri, agilni in prilagodljivi.
- Še enkrat več pokažimo svojo srčnost, družbeno odgovornost in posluš, ki ga imamo za vse, ki najbolj potrebujejo pomoč.
- Komunicirajmo odprto, hitro in iskreno.
- Postavimo v kot, kar smo načrtovali za to obdobje, in takoj prilagodimo svoj marketinški nastop.
- S predanostjo ponovno dokažimo, da smo odlična ekipa, ki lahko presega mejnike.«