27 listopada, 2020 r.

Co to jest *resilience*? Czwarte spotkanie w gronie Praktyków Różnorodności

Pandemia testuje odporność organizacji i jej ludzi – jak sobie radzić?

26 listopada odbyło się kolejne, tym razem w formule online, spotkanie Praktyków Różnorodności zatytułowane „Antykruchość, czyli jak budować odporność organizacji i jej ludzi w czasach pandemii”. Zaproszeni goście dyskutowali o tym, co składa się na odporność organizacji, jak w czasach pandemii wzmacniać *resilience* kadry zarządzającej, jak zwiększać odporność pracowników i jak dbać o to, by nie zagubili motywacji i poczucia przynależności.

Pandemia koronawirusa postawiła przed firmami wiele wyzwań – z dnia na dzień wymusiła redefinicję dotychczas wypracowanego sposobu pracy, założonych celów i wykorzystywanych dotychczas narzędzi, a także sposobu zarządzania zespołem. Spowodowała, że *resilience* stała się ważna jak nigdy wcześniej i, jak nigdy wcześniej, została wystawiona na próbę**.**

Eksperci i goście czwartego już spotkania Praktyków Różnorodności zgodzili się co do tego, że odporność organizacji na nagłe, często niosące ładunek kryzysowy, zmiany w ogromnej mierze zależy od odporności jej ludzi – od liderów na najwyższych szczeblach, po szeregowych pracowników. Wysoka odporność menadżerów pomaga podejmować lepsze i bardziej przemyślane decyzje biznesowe i zarządcze oraz utrzymać motywację i zaangażowanie pracowników. Tym, o co szczególnie należy dbać, jest odporność tych ostatnich.

Paweł Niziński, CEO BETTER., ambasador ruchu B Corp w Polsce, swój wykład wprowadzający poświęcił m.in. różnicowaniu organizacji kruchych, które do funkcjonowaniu potrzebują spokoju i antykruchych, które działają dobrze także w warunkach niepewności. A zapytany o metody budowy odporności organizacji, powiedział: *Nie ma jednej, uniwersalnej metody, jak budować resilience w organizacji. Przede wszystkim musimy zacząć od siebie. Wzmocniwszy się, możemy być oparciem dla innych. Nie jest to łatwe, gdyż pandemia wiele zmieniła. Wraz z pracą z domu życie zawodowe weszło nam w życie prywatne. Odzyskaliśmy czas, który traciliśmy na dojazdy, i zbliżyliśmy się z domownikami, ale oddaliliśmy od zespołu. Całymi dniami rozmawiamy z płaskimi ekranami, które nie dają nam możliwości pełnej ekspresji. Co więcej, widząc tylko twarz rozmówcy, tracimy możliwość odbioru języka ciała i wiele ważnych kwestii może nam umknąć*.

Wątki te były kontynuowane podczas debaty z udziałem Anny Maciągowskiej, Head of HR
w Havas Media Group, Kamila Czajkowskiego, dyrektora generalnego Hotelu Sopot oraz Katarzyny Bazyluk, Talent Acquisition & Development Manager w Henkel Polska. Paneliści podzielili się dobrymi praktykami z zakresu budowania odporności pracowników na skutki nagłej zmiany w swoich firmach.

*- W Henklu Program Rezyliencji zainicjowaliśmy – trochę jakby proroczo – zaraz na początku 2020 roku. Zaprosiliśmy 40 osobową grupę pracowników – ochotników, by korzystając z platformy on line i pomocy wirtualnego coacha, przyjrzeli się swoim zawodowym i życiowym wyzwaniom i zaczęli budować w sobie wewnętrzną rezyliencję rozumianą jako odporność na towarzyszący tym wyzwaniom stres. Każdy uczestnik naszego 6-miesięcznego programu szedł w tym procesie własną indywidualną ścieżką, wytyczoną w oparciu o wyniki tzw. „ankiety otwarcia”. Po drodze uczył się dostrzegać i dokonywać wyborów, lepiej rozumieć własne emocje, budować i wykorzystywać wspierające relacje, świadomie dbać o własne ciało i zdrowie fizyczne. Gdy wybuchała pandemia, a wraz z nią pojawiły się niepewność, odosobnienie i strach, te umiejętności – pozwalające świadomie zarządzać poziomem stresu - bardzo się uczestnikom przydały –* powiedziała Katarzyna Bazyluk.

W drugiej części spotkania, która miała charakter warsztatowy, uczestnicy spotkali się w kilku tematycznych grupach dyskusyjnych, by rozwinąć zasygnalizowane w panelu wątki i na końcu podzielić się na forum wnioskami z tych rozmów. Okazało się, że wątek budowania odporności w obliczu pandemii, która wywróciła znany nam świat do góry nogami, jest równie ważny z perspektywy indywidualnego i osobistego doświadczenia jak i wyzwań, przed którymi stanęły firmy i organizacje.

Pomysłodawcami oraz organizatorami Kongresu Różnorodności a także cyklu spotkań Praktycy Różnorodności w Lepszym Świecie są firmy Henkel Polska oraz BETTER.

**O firmie Henkel**

Henkel jest firmą globalną, o zrównoważonej i różnorodnej ofercie produktów i usług. Dzięki wiodącym markom, innowacjom i technologiom spółka zajmuje czołowe pozycje rynkowe zarówno w sektorze przemysłowym jak i dóbr konsumpcyjnych. Henkel Adhesive Technologies (dział klejów budowlanych i konsumenckich oraz technologii dla przemysłu) jest światowym liderem rynku klejów. Działy Laundry & Home Care (środków piorących i czystości) oraz Beauty Care (kosmetyków) zajmują wiodące pozycje na wielu rynkach świata i w wielu grupach asortymentowych. Firma, założona w 1876, działa i odnosi sukcesy od ponad 140 lat. W 2019 Henkel odnotował przychody ze sprzedaży na poziomie około 20 mld oraz skorygowany zysk operacyjny na poziomie 3,2 mld euro. Firma zatrudnia na całym świecie ponad 52 tysiące pracowników, tworzących zaangażowany i zróżnicowany zespół, o silnej kulturze korporacyjnej, wspólnym systemie wartości i dążeniu do kreowania trwałej wartości. Jako uznany lider zrównoważonego rozwoju Henkel zajmuje czołowe miejsca w wielu międzynarodowych indeksach i rankingach. Akcje uprzywilejowane spółki wchodzą w skład niemieckiego indeksu giełdowego DAX. Więcej informacji na [www.henkel.com](http://www.henkel.com/) oraz [www.henkel.pl](file:///%5C%5Cdemon%5CCorporate%26amp%3BFinance%5CKlienci%5CHenkel%5CRELACJE%20Z%20MEDIAMI%5CInformacje%20prasowe%5C2020%5CIP%20-%20W%20drodze%20do%20pracy_nab%C3%B3r%20do%20programu%5Cwww.henkel.pl)

Materiały graficzne są dostępne na stronie: [**www.henkel.com/press**](http://www.henkel.com/press)

**Kontakt dla mediów:**

Dorota Strosznajder Klaudia Mencina

Henkel Polska Sp. z o.o. Solski Communications

tel: (022) 565 66 65 tel: (022) 24 28 640

dorota.strosznajder@henkel.com kmencina@solskipr.pl

Henkel AG & Co. KGaA