

## Протокол от интервю с Фирма

Интервюиран: Велко, 34 години, HR Business Partner в PROS

Дата: 21.04.2023

Продължителност: 20 минути

Начин на провеждане: Онлайн среща в Microsoft Teams

Въпроси:

### **1. Бихте ли организирали събития за осиновяване, които да помогнат на приютите в системата?**

По принцип с най-голямо удоволствие. Особено в HR повечето хора тук сме фенове на животните, даже мисля, че няма човек тук, който да не е заинтересован в нещо такова. Да, на ниво хора – с удоволствие. На ниво компания също е алтернатива. Абсолютно да. Част от benefit програмата ни е да даваме два дена в годината от работното време за доброволчество. Обикновено такъв тип инициативи са много добре приети. Даваме ги като пример на хората, че могат да ги ползват с такъв тип кампании.

#### **а. Колко голям би бил обхватът - локален, регионален, национален?**

Трябва да се влезе в детайл. Ако ще се прави такъв тип кампания – какво целим с нея, къде можем да помогнем. Тоест да бъде в някаква конкретика. Да има нещо като стратегия какво се опитваме да направим – дали примерно да е нещо, свързано със София, където ни е офисът. Ако искаме да го направим като кампания, би могло да бъде на национално ниво, но тогава много по-трудно ще можем да ангажираме навсякъде да има хора, които да участват. Или ако просто го правим с идеята за осиновяване, тогава да е по-скоро на национално ниво, за да бъде по-смислено. И може примерно да се предложи да бъде за регион EMEA, дори за Щатите.

#### **б. Какъв формат би бил бъде - изложба, фестивал, конференция, работилници?**

Това е добър въпрос. Ако трябва да го обвържем със системата, ние какво искаме да постигнем? Тоест да презентираме системата като нещо, което хората биха могли да ползват и съответно да бъдат полезни на животните и цялостно?

Тогава можем да направим нещо като workshop как работи самата система и хората да преценят как да я ползват. Ако обаче искаме да презентираме самото нещо, може да се прави дори и под формата на един имейл или една кратка презентация, дори и онлайн. Ако искаме да бъде нещо по-голямо като събитие, винаги можем да го направим като презентация на корпоративно ниво. Но тук вече зависи какво искаме ние да постигнем.

**с. Колко души бихте искали да посетят събитието?**

Винаги таргетираме всички актуални служители. Бих предложил 200. Винаги гледаме да покрием максимален брой хора. На нас ни е ясно, че ще има хора, които не биха участвали. Но да речем 200 човека, защо пък не. Най-вероятно на финала може да са 70, но какво от това. Ние залагаме на повече.

**д. Колко време бихте искали да продължи - няколко часа, дни, седмици?**

Ако ще правим събитието за първи път с цел запознаване, аз не мисля ,че повече от час презентация би било необходимо, защото идеята е да запознаеш хората с компанията, със системата. След това можеш да правиш така наречения follow-up. От време на време може да се използва нещо като Yammer за канал на комуникация, в който казваш за прогреса на тази инициатива. Така че по-скоро си го представям като 1 час и след това допълнителни включвания онлайн.

**е. Какви биха били очакваните резултати от събитието?**

Ако ме питаш от потребителска гледна точка хората дали хората биха имали интерес в това, много зависи как ние ще го презентираме, как ще ги запалим в това да искат да ползват системата. Така или иначе вашата кауза е асоциирана с нещо, което или обичаш животните и вярваш в това нещо, или не си такъв човек. Предполагам, че половината от хората в компанията не биха имали интерес като цяло да осиновят животно. Тези, които биха имали, могат да имат интерес, но да не могат да си го позволят. Не очаквам повече от 5 максимум до 10% от хората в компанията да се възползват от това нещо. Просто е много специфично.

**2. Бихте ли организирали фонд за дарения, който да помогне на приютите в системата?**

На локално ниво не мисля, че бихме получили такова разрешение. На глобално, ако се поеме такава инициатива, би могло. Но на този етап не мисля, че има такава практика.

**а. Каква би била целта на фонда?**

Идеята е, че ако ще правиш фонд, то ще бъде в подкрепа на нещо. Тоест директно в подкрепа на инициативата, която се прави.

**б. Каква би била продължителността на фонда?**

Според мен това трябва да бъде обвързано с различни кампании. Примерно може да бъде постоянен фонд, в който се събират средства и на годишна база се използват за някакво дарение или кампания, или инициатива. Много зависи постъпва ли нещо във фонда, каква е активността, колко работим в посока на фонда. Фондът може да започне да работи при бедствени случаи, както земетресението в Турция. Съответно тогава имаме някаква извънредна ситуация, която подтиква хората да го използват този фонд. Защото както във вашия случай идеята ви е фокусирана върху бездомните животни, ако се случи нещо подобно както в Турция, то се прави такава кампания покрай бедствието. Така че този фонд може да работи по същия начин. Самата концепция на фонда е да се използва в конкретни моменти.

**3. Предвиждате ли фирми, близки до идеологията на PROS, да се включат в каузата?**

Звучи хубаво. Защото като застанеш зад една кауза, ти искаш да имаш партньори. Обаче ако го правим от така наречения brand awareness – да таргетираме хората и да ни асоциират като уникална компания, която се занимава с тази инициатива, може би бихме искали да си останем индивидуални. Тук зависи стратегически маркетингово какво искаме да получим. Защо не? Можем да си партнираме. Обикновено в такива неща трябва да се стиковат интересите и на двете страни. В корпоративния бранш нищо не е про боно на финала.

**4. От гледна точка на фирмите, какви допълнителни функционалности искате да имате като потребители на системата?**

Защо да не има индивидуални акаунти, където хората могат самостоятелно да оперират със собствени средства или могат сами да застанат зад някаква кауза? Да речем, че PROS има 5 лева в бюджета. Той го е изразходил в идеята да имплементира тази система,

за да може да работи. Но на финала вие може да търсите по-голяма подкрепа откъм финансиране или кампании, където хората биха дали повече. Аз бих предложил самата система да има повече функционалности, които могат да бъдат насочени към хората на PROS, но те да имат свободата да даряват или да оперират вътре, или да споделят някакъв опит. Индивидуално, извън самата компания. Ако компанията в даден момент не е достатъчно активна, хората сами да могат да се занимават с това нещо, било то като хоби, или като инициативност. Добре е, когато описвате идеята, да разграничите индивидуалните лица от компаниите. Едно е компанията да дарява примерно 100 лева месечно. И вече за индивидуалните профили – чисто и просто по закон, ако даден човек дарява над определена сума месечно, или съответно фирми, им се ползва данъчно облекчение. Може да има хора, които са склонни да даряват повече. Така че според мен трябва да разграничите двата профила и функционалностите да са различни.