HR

Магазин

АННА ГААН: «КОМПАНИЯМ ВЫГОДНО ОБУСТРОИТЬ ВСЕ ТАК, ЧТОБЫ ЛЮДИ С РАБОТЫ ПРАКТИЧЕСКИ НЕ УХОДИЛИ» 14 мая 2020

Ирина Матяс

тимбилдинг, им ближе диктатура»

О том, зачем современному бизнесу нужны корпоративные сообщества, кто и как их должен выстраивать, как обстоят дела у профессиональных комьюнитименеджеров и все ли сообщества в социальных сетях можно и нужно монетизировать, Office Life поговорил Анной Гаан, одним из лидеров сообщества комьюнити-менеджеров Russian Community Managers, основателем комьюнитибюро Compot и продюсером конвента о комьюнити-менеджменте и комьюнитимаркетинге Compot (Москва), спикером семинара-практикума «<u>4 ИЗМЕРЕНИЯ</u> <u>ТИМБИЛДИНГА: ЭВОЛЮЦИЯ</u>». «Топ-менеджерам, которые делят компанию на себя и всех остальных, не нужен



Комьюнити-бюро Compot (Москва) занимается созданием и развитием сообществ для

бизнеса с нуля и до самых масштабных размеров. Работает с крупным, средним и малым бизнесом. — Анна, что такое комьюнити-менеджмент и что он дает бизнесу? — Это управление людьми в самом широком смысле слова, куда входит и управление корпоративной культурой, развитием и мотивацией персонала, и понимание, как в компании устроены бизнес-процессы, а также их оптимизация самими людьми. Задача комьюнити-

менеджера в корпорации — выстраивание связей между сотрудниками, организация и поддержка процесса обмена знаниями, опытом, ценностями. Построение внутрикорпоративного сообщества начинается с системной оценки ситуации в компании и не останавливается никогда. Внешне это может выглядеть как цепочка разных опросов, исследований, организации событий и активностей разного масштаба, но внутри это

огромная работа по созданию связей, которые буквально пронизывают компанию.

Если есть такие сервисы, как массаж, прачечная, тебя кормят завтраками, обедами и ужинами, организуют мастер-классы и кинопросмотры, твоя жизнь в офисе становится полноценной и вне профессии. Но еще раньше компании Кремниевой долины стали инвестировать не просто в организацию офисов в стиле open space, а в создание атмосферы open space, где люди постоянно сталкиваются друг с другом, заводят small-talk и у них образуются новые связи. И благодаря обмену опытом, знаниями, идеями они создают новые продукты. ІТ-мир показал нам феноменальный рост продуктов во многом благодаря тому, что внутри компаний были выстроены системы мини-сообществ. А сделать это было непросто, потому что среди IT-специалистов много интровертов, людей, не настроенных на выстраивание и поддержание новых коммуникаций. — В Беларуси профессия комьюнити-менеджера пока не очень распространена

с обратной связью от клиентов и ведение контента в соцсетях, что-то среднее между эйчаром

и востребована. А в описании таких вакансий чаще прописаны обязанности работы

компаниям было выгодно обустроить все так, чтобы люди с работы практически не уходили.

— И в мире пока не очень распространена. И должность так редко называется. В России самое распространенное название таких вакансий в контексте работы с сотрудниками «менеджер/директор по внутренним коммуникациям». Стратегическим комьюнити-менеджметом, определением целей и задач обычно занимается собственник компании, когда он включен в операционное управление, HRD или директор по развитию персонала. Корпоративное комьюнити помогает быстро нанимать людей, удерживать таланты, создавать основной продукт бизнеса быстрее. Налаженные внутри компании связи и отношения помогают снижать транзакционные издержки бизнеса, прежде всего временные. — Похоже на agile, где про «люди важнее процессов»...

— Да. Ho agile- и scrum-коучи — это люди, которые работают над созданием маленьких

лет. Но и там и там управление идет по принципам комьюнити-менеджмента, когда

сообщества могут включать как всех сотрудников компании, так

комьюнити, которые совершают прорыв в разработке конкретного продукта. Корпоративные

и объединенных в маленькие группки, которые могут существовать от недели до нескольких

ты управляешь, ориентируясь на конкретные таланты людей, по ценностям и с индивидуальным подходом. Выстраивая сообщество, ты коммуницируешь с каждым «элементом» комьюнити, с каждым конкретным сотрудником — так, как нужно именно ему. Для меня комьюнити-менеджмент — это суперэффективный менеджмент, который управляет человеческими отношениями, связями. — Эффективность введения должности комьюнити-менеджера можно экономически обосновать?

— Конечно. Создание и поддержание комьюнити — довольно долгая и дорогая история, и ею

Когда мы управляем учеными, например, мы не можем ими управлять с позиции: «Эй, ты, иди сюда, у тебя КРІ

недотягивает, мы тебя сейчас уволим». Штатом профессоров, ученых, инженеров жестко управлять нельзя. Чем выше

не занимались бы, если бы она не была эффективной. Сегодня мы говорим

и интеллектуальных отраслях.

за еще одно HR-направление?

об эффективности комьюнити-менеджмента прежде всего в высокотехнологичных

работает в образовательных, научных организациях. — Сейчас, когда сокращают бюджеты, не возникнет ли вопрос у бизнеса, а зачем платить

это видно по росту вакансий на эту позицию за полгода. В январе 2020 года было 432

Когда во время пандемии коронавируса большая часть компаний ушла на «удаленку», оказалось, что многие руководители совершенно не умеют строить коммуникацию с подчиненными дистанционно. Одно дело — вызвать на ковер, провести совещание, другое — управлять распределенными удаленными командами. И одна история — ІТ, где все любят трекеры задач, и совсем другая — классические бизнесы.

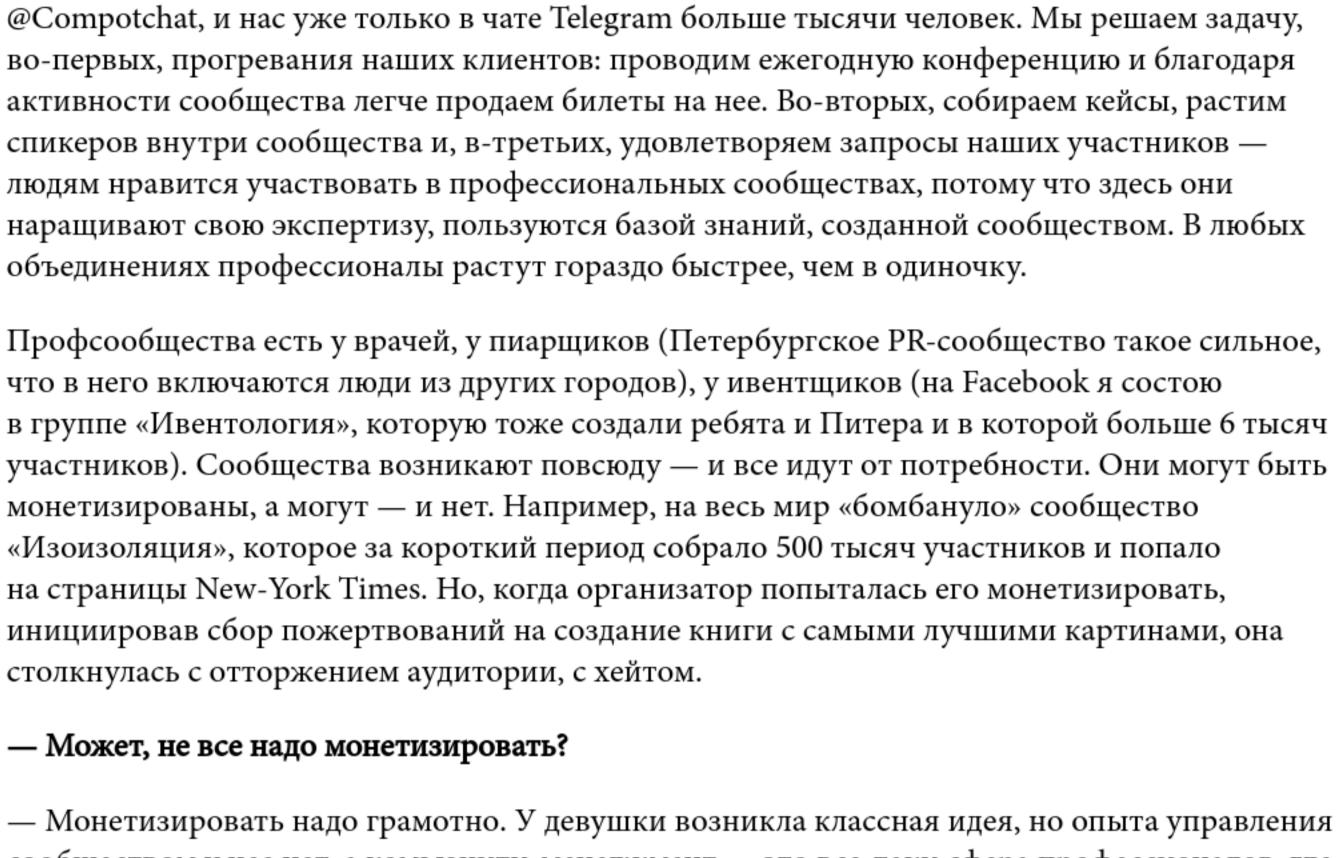
— На самом деле за последний год в России потребность в комьюнити-менеджерах выросла,

вакансии — плюс 200% за полгода, и предложения по зарплатам тоже выросли практически

в 2 раза. К тому же в 2020-м комьюнити-менеджеров стали нанимать и внутрь компании.

Вот здесь руководители и задумались о профессионалах. Комьюнити-менеджеры — это люди, которые умеют управлять потоком коммуникаций, могут вовремя его скруглить, направить в нужно направление, остановить.

Но то, что неграмотных специалистов еще очень много, отрицать нельзя. Профессия молодая.



— Анна, на конференции «4 ИЗМЕРЕНИЯ ТИМБИЛДИНГА: ЭВОЛЮЦИЯ» в Минске про что будете говорить, чем делиться? — Про то, как создать внутрикорпоративное сообщество и зачем это нужно. Основная тема конференции — тимбилдинг, основная целевая аудитория — внутренние коммуникаторы, ивентщики, пиарщики, эйчары. Будем обсуждать, как выстроить систему работы с сотрудниками так, чтобы они стали считать компанию своей второй семьей, полюбили ее и развивали не только за КРІ и бонусы. — Комьюнити-менеджмент — это тренд или пока еще ручеек с потенциалом? — Ручеек. В России всерьез этим занимаются только богатые продвинутые компании. Среди

них, к слову, и «Газпромнефть», которая при помощи комьюнити-менеджмента решает

чтобы они передавали опыт сразу большому количеству молодых ребят-специалистов,

Очень здорово комьюнити-менеджмент проявляется в компании «ВкусВилл». Это один

из моих самых любимых магазинов, и я вижу, что они развивают не только сообщество

Сбербанк. Везде, где «проклевываются» принципы холакратии или «бирюзовых»

проблему дефицита инженерных кадров. Опытных инженеров-наставников не хватает, и,

в компании стали организовывать сообщества по шерингу знаний, обмену компетенциями

через внутренние митапы, вебинары. Корпоративные комьюнити строят Qiwi, Альфа-Банк,

до истории с изоляцией я была уверена (и это предсказывал Цукерберг) в том, что управление малыми локальными сообществами становится компетенцией номер один.

своими чувствами и переживаниями. Так что сообщество — это мощный инструмент. АЛЕКСАНДР НЕХВЕДОВИЧ: «СКОЛЬКО ВСЕГО НУЖНО И МОЖНО ОБСУДИТЬ И РЕШИТЬ, КОГДА СОБИРАЕТСЯ 40 СОБСТВЕННИКОВ, И ВСЕ С ЦЕЛЯМИ,

Александр Нехведович гендиректор Международного eventагентства «4 ИЗМЕРЕНИЕ» (Минск), председатель Клуба ивентеров Беларуси, организатор семинарапрактикума практикума

площадкой для коммуникаций, выработки совместных решений, обсуждения спорных вопросов. Только представьте, сколько всего нужно и можно обсудить и решить, когда собирается 40 собственников, и все с целями, опытом, пониманием рынка. Ассоциация задает стандарты работы в отрасли, в частности в проведении тендеров, закупок, профессиональной этике рекламистов, маркетологов, ивентеров, проводит отраслевые фестивали, выступает посредником в диалоге с государственными органами. Клубу ивентеров, а это именно клуб с особой дружелюбной атмосферой, седьмой год. Нас тоже немало — 20 ивент-компаний, ведущих игроков рынка. За это время мы не просто хорошо узнали друг друга, мы научились договариваться об общих правилах игры, выработали негласные стандарты поведения на тендерах, чтобы все было прозрачно, чтобы не цена, а креатив становился фактором выбора для клиента. Независимо от площадки общения все участники знают, что решить

объединившая 40 компаний, с 2016 года выступает

проблему в сообществе можно куда эффективнее, нежели в одиночку, а расти — быстрее.

16:52 В Беларуси впервые исследуют digital-зрелость компаний 16:48 Минэкономики предлагает расширить перечень условий соглашения о ГЧП 16:14 МВД заменит школьных вахтеров на охранников без

15:24 Любимый бренд Майкла

Фелпса стал самым дорогим стартапом в сфере фитнес-...

15:00 Адвокат прогнозирует

приговор Колесниковой и Знаку в

«сверхрасходов»

ближайшие дни

Последние новости

Сегодня

Все новости



Все началось лет 10 назад в IT-компаниях, таких как Google, Facebook, Amazon. Для того чтобы сотрудники этих гигантов чувствовали себя более комфортно и работали почти 24/7,

и SMM-менеджером с ориентацией на клиента, а не на сотрудника.

интеллектуальная составляющая в деятельности организации, тем выше ценность комьюнити-менеджмента традиционные низшие формы менеджмента «кнут и пряник» здесь не работают. Чтобы университет или НИИ работал эффективно, управление должно быть выстроено в системе человеческих отношений. Именно поэтому комьюнити-менеджмент классно

Сегодня все осознали, что онлайн-фасилитация, управление корпоративными чатами, управление дискуссией в Zoom — это целое искусство и треш для тех, кто не понимает, как с этим справиться.

но функции свои не выполняли, и в итоге на долгое время девальвировали ценность профессии в глазах руководителей? — Безусловно, никто не застрахован от некомпетентных сотрудников. Грамотных комьюнити-менеджеров, классных специалистов, которым дай задачу, и они будут ее делать, потому что знают как, — 500 человек на весь мир. Как профессия эта область начала

развиваться 10 лет назад в игровой индустрии, когда нужно было отслеживать и управлять

представленных в интернете. Сегодня в каждом маркетплейсе — в Ozon, например, — есть

коммуникацией с игроками. Она выросла из служб поддержки в онлайн-играх, когда

понадобилась прослойка между игроками, которые приносят деньги, покупая разные

артефакты в играх, и бизнесом. И только потом комьюнити-менеджеров именно как

коммуникаторов по ценностям стали ценить в других отраслях бизнеса, особенно —

комьюнити-менеджер, который управляет коммуникациями с поставщиками.

— А не получится как когда-то с маркетологами, которые поначалу так назывались,

— Анна, а интерес к отраслевым, межкорпоративным комьюнити, которые развиваются

— Все сообщества возникают из потребности людей, во-первых, общаться, во-вторых,

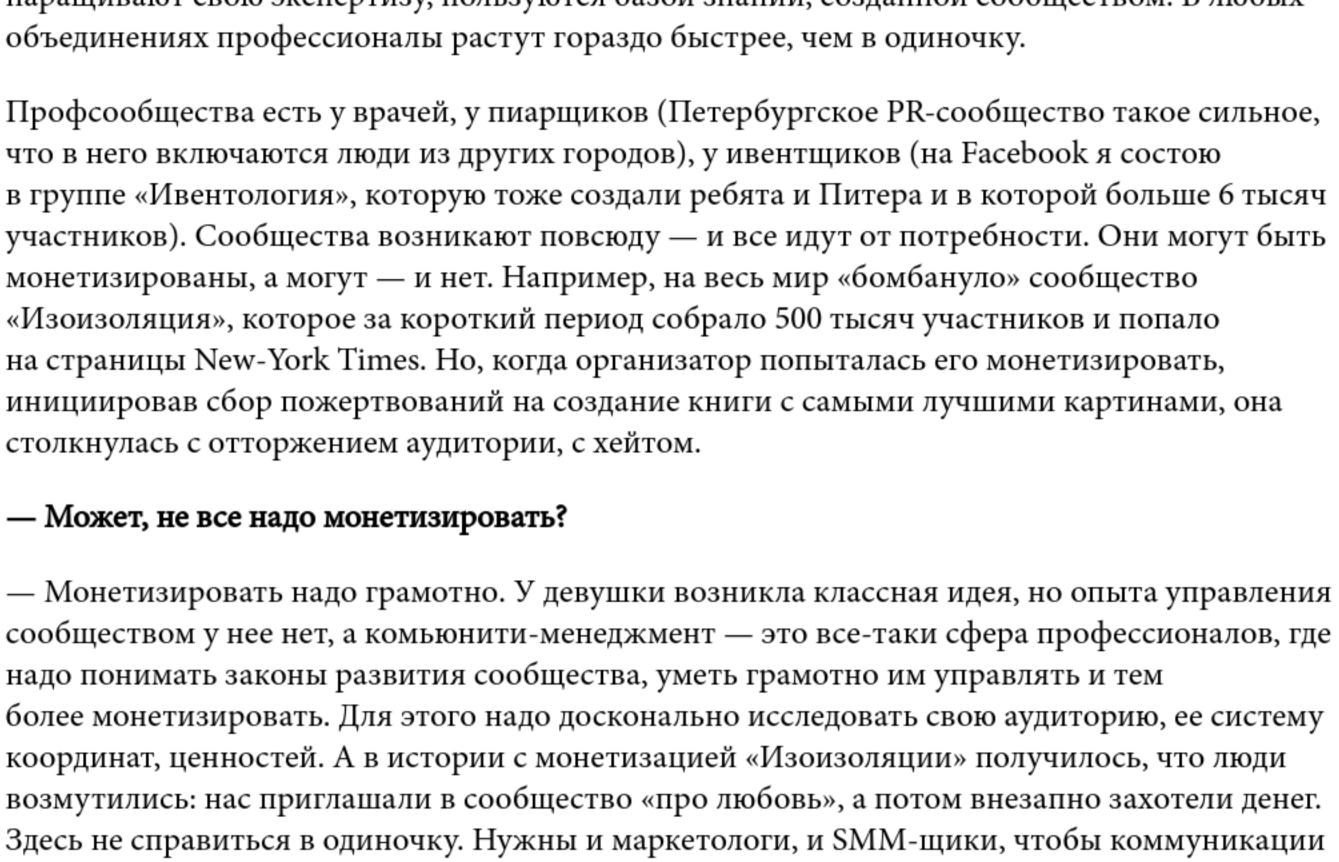
потребности. Основная цель участников сообщества — обмениваться опытом, кейсами,

спрашивать совета. Я управляю профессиональным сообществом комьюнити-менеджеров

общаться по какой-то конкретной теме, и в-третьих, решать проблемы и задачи. Чаще всего

на общественных началах, растет? И в каких сферах они представлены, кроме IT?

люди вступают в сообщество или создают сообщество, опираясь на свои личные



строить единообразно по всем направлениям. Подача, ton of voice, который звучит и внутри

Ты не можешь строить продвинутую компанию внутри бизнеса, как, например, Сбербанк, и при этом продолжать

общаться со своими клиентами как с быдлом в стиле: «Где карту открывали, в то отделение и идите разбираться».

Это тут же отразится на бренде работодателя. Недаром считается зашкварным работать в некоторых богатых брендах (например, алкогольных, табачных), несмотря на то что там самые высокие зарплаты.

Мы все нуждаемся в «ближнем круге», и каждый из нас выстраивает вокруг себя свое маленькое комьюнити. И от профессионализма эйчаров будет зависеть, включит ли человек в этот ближний круг своего работодателя, своих коллег.

Если все складывается, в компании растет взаимопомощь, сотрудники не чувствуют себя

изолированными, у них идет приток идей, вдохновения и, если в этом есть необходимость,

помощи и совета. И в этом понимании за развитием сообществ уже не просто будущее, это

Те люди, которые состоят в различных сообществах, легче переживают кризис. Сообщества

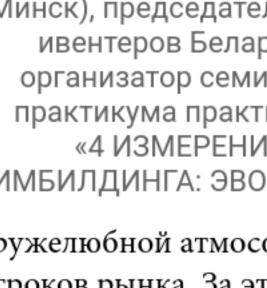
помогают справляться с разными ситуациями, от реальных проблем до личных драм. Мы,

в Zoom Online-пабе, где каждый со своим напитком, и мы болтаем обо всем. Такие встречи

например, устраиваем регулярные митапы, в том числе и не «по делу», типа вечеринки

Время с начала 2020-го стало проверкой того, насколько мы в сообществе находимся.

ОПЫТОМ» — Наше агентство состоит в Клубе ивентеров Беларуси и в Ассоциации коммуникационных и маркетинговых агентств (АКМА) с Аленой Устинович во главе. АКМА,



Сила сообщества — в партнерстве. Фото: Анна Гаан, flickr.com / Marco Verch

Популярное

HR

О ПРОЕКТЕ

КСО как стиль мышления: Почему кандидаты для чего бизнес не откликаются на вакансии? Мнение HR становится социально ответственным 24 августа в 8:00 24 августа в 12:00

КОНТАКТЫ

других суставах! Этот...

Новости партнеров

Суставы болят не от

Россиянка поведала, чем

закончилась встреча с

украинцами в Египте

Подпишитесь на новости Связаться с редакцией e-mail 0 чем говорят коллеги +375(44)772-77-22

OFFICE LIFE

© 2021 000 «Ньюстон Медиа»

Часть Belkanton Group

O W

Об издании Стоковые изображения от Depositphotos Прайс-лист info@officelife.media

Разработка сайта SLAM

сотрудников, но и сообщество клиентов. В магазине, в который я хожу, меня знают в лицо. Я прихожу туда как к старым друзьям, попадая в атмосферу небольшого европейского рынка, которую компания сумела создать. И на мою клиентскую лояльность все это влияет чрезвычайно. Так что ручеек этот с потенциалом роста. Весь мир движется в сторону комьюнити. Еще

организаций, начинают строить сообщества.

уже настоящее, реальность нашего времени.

и вовне сообщества, важны.

с близкими по духу людьми, со своим близким кругом помогают снимать тревогу, делиться

«4 ИЗМЕРЕНИЯ ТИМБИЛДИНГА: ЭВОЛЮЦИЯ»

> старости. Найден злейший враг боли в коленях и

> > Подписаться

Новости партнеров