

proof~~ed~~feed

Jak przekonać zarząd do *wellbeingu?*



Wellbeing to

wciąż stosunkowo nowy obszar w wielu organizacjach.

Wiemy jednak, że podczas rozmów budżetowych i dyskusji z osobami decyzyjnymi często potrzebne są konkretne, merytoryczne argumenty. Dlatego przygotowaliśmy dla Was poradnik, który pomoże skutecznie rozmawiać z przełożonymi i zwiększyć szanse na wdrożenie programu wellbeing w Waszej organizacji.

Wierzimy, że dobrze zaplanowane działania w tym obszarze mogą przynieść wymierne korzyści na wielu poziomach funkcjonowania firmy.

W tej broszurze znajdziesz wiedzę i argumenty, które pomogą Ci przekonać zarówno siebie, jak i zarząd do inwestycji w wellbeing.

Jesteśmy pewne, że dzięki temu Twój zespół stanie się bardziej zadowolony, zaangażowany i zdrowy.

Pozdrawiamy Cię
Kamila i Zuza

Zuzanna Piotrowska

CMO & B2B consultant

Kamila Korneluk

CEO & B2B consultant



Czy Twoja firma jest *gotowa* na wellbeing?

1

Czy organizacja doświadcza przynajmniej jednego z poniższych zjawisk?

- rosnąca rotacja
- wysoka absencja chorobowa
- wypalenie menadżerów
- spadek zaangażowania w badaniach eNPS
- trudności rekrutacyjne
- konflikty lub napięcia między zespołami

TAK → przejdź do pytania 2

NIE → przejdź do pytania 3

2

Czy zarząd postrzega te zjawiska jako koszt biznesowy?

- analizowane są wskaźniki rotacji i absencji
- raportowane są koszty utraconej produktywności
- temat wellbeing pojawia się w rozmowach strategicznych

TAK → Firma jest gotowa na strategiczny program wellbeingowy (można przejść do etapu projektowania rozwiązania)

NIE → Potrzebna jest edukacja zarządu

3

Czy firma planuje wzrost, transformację lub zmianę organizacyjną w najbliższych 12–24 miesiącach?

- skalowanie zespołu
- zmiana modelu pracy (np. hybrydowy)
- restrukturyzacja
- ekspansja zagraniczna

TAK → Wellbeing może być narzędziem zarządzania zmianą

NIE → przejdź do pytania 4

4

Czy firma chce konkurować wyłącznie wynagrodzeniem, czy także jakością środowiska pracy?

- czy EVP obejmuje zdrowie i energię zespołu?
- czy wellbeing może stać się elementem marki pracodawcy?
- czy firma chce być wybierana, a nie tylko akceptowana?

Chce konkurować jakością → Wellbeing staje się narzędziem strategicznym

Chce konkurować jedynie wynagrodzeniem → Pozostaje model reaktywny i kosztowy

Interpretacja wyniku

WYNIKI:

- **3-4 odpowiedzi „TAK”**

Firma jest strategicznie gotowa na program wellbeingowy jako element przewagi konkurencyjnej.

- **1-2 odpowiedzi „TAK”**

Firma jest operacyjnie gotowa, ale potrzebuje ustrukturyzowania argumentów biznesowych.

- **0 odpowiedzi „TAK”**

Zacznij od rozmowy o kosztach rotacji, absencji i spadku produktywności - wellbeing należy zakotwiczyć w danych. Skorzystaj z naszego poradnika poniżej.

Nie zostawiaj wyniku bez działania.

Porozmawiajmy o tym, jak wdrożyć wellbeing w sposób wspierający Twój biznes.

Umów się na bezpłatną konsultację



\$5-10 oszczędności generuje każdy dolar zainwestowany w pracownika poprzez lepszą retencję i obniżenie kosztów rotacji.

Goomi Group

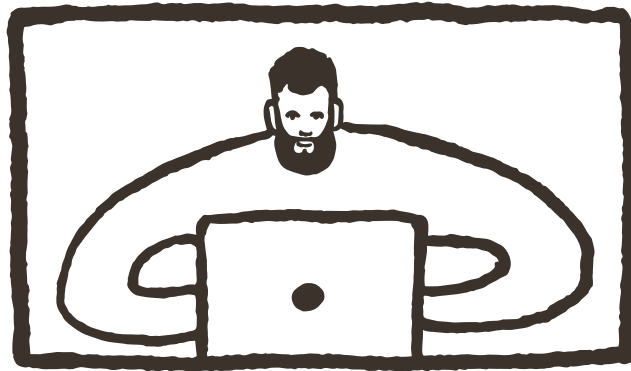
Na jakie pytania odpowiadamy w poradniku?



Spis treści

- Czy nam się to opłaca? Jaki będzie zwrot z inwestycji?.....6
- Jak zmierzmy efekty programu?8
- Czy wellbeing pomoże nam w przyciągnięciu pracowników? Czy wpływa na Employer Branding?9
- Czy to nie jest tylko przejściowa moda?.....9
- Skąd wiemy że nasi pracownicy tego potrzebują?10
- Czy program będzie dopasowany do różnych grup (produkcja, biuro, kadra managerska)?.....10
- Co konkretnie wchodzi w skład programu wellbeing i czym wyróżnia się od innych firm wellbeingowych?.....12
- Co jeśli pracownicy nie będą korzystać z programu?13
- Czy to nie jest odpowiedzialność pracownika, a nie firmy?.....14
- Ile czasu zajmuje wdrożenie?.....14

Czy nam się to *opłaca*? Jaki będzie zwrot z inwestycji?



Działania wellbeingowe mogą przynieść ROI na poziomie 1:2.71 do nawet 1:6!

250 mln zysku

Osiągnęła firma Johnson&Johnson w 10 lat dzięki zaplanowanej strategii wellbeingowej.

Wiąże się to z obniżeniem **kosztów ukrytych** - związanych z rotacją, absencją, prezenteizmem, a także budowaniem wizerunku firmy, który w długofalowej perspektywie może budować siłę marki i przyciągać talenty.

Infeedo.ai, Corporate wellness programs worth every penny.

Efekt domina kosztów ukrytych - na przykładzie absencji związanej z chorobą:

Absencja dłuższa niż 4 tygodnie → braki w kadrze → nadgodziny obecnych pracowników i mniejsze możliwości operacyjne → wyższe obciążenie dla pracowników → większe ryzyko wypalenia → wzrost ryzyka rotacji → koszty zatrudnienia i wdrożenia nowych pracowników

Koszt tygodniowego zwolnienia chorobowego kosztuje pracodawcę nawet 64 proc. wartości jego miesięcznego wynagrodzenia brutto.

2/3 tej kwoty to koszty wewnętrzne związane z nieobecnością pracownika, m.in. organizowanie zastępstw, nadgodziny innych członków zespołu oraz mniejsze możliwości operacyjne.

Pojawia się uszczuplenie „**kapitału intelektualnego**”, jeśli pracownik był wyspecjalizowany, a jego obowiązków nie można w łatwy sposób przejąć z dnia na dzień.

Wellbeing zwiększa świadomość pracowników na temat ich zdrowia, co zmniejsza absencje krótko i długofalową.

Zadbanie o **podstawowe elementy profilaktyki** takie jak: zdrowe nawyki żywieniowe, redukcja stresu oraz wprowadzenie regularnej aktywności fizycznej **przekłada się na finanse firmy**.

Harvard Business Review



Jak mierzymy *efekty* programu?



Kwartalnie raportujemy wg standardów ESG.

Bierzemy pod uwagę kluczowe wskaźniki (KPI) takich jak:

- absencja,
- poziom deklarowanego stresu,
- zaangażowanie,
- retencja.

Przeprowadzamy **ankiety przed i po** wprowadzeniu działań wellbeingowych.

Na bieżąco monitorujemy także chęć udziału w program i w razie potrzeby wprowadzamy modyfikacje, aby jak najlepiej dotrzeć do zespołów.

Przykład:

Na przykład, firma Apple, po wdrożeniu programu wellbeingowego odnotowała spadek absencji o 20%, wzrost zaangażowania pracowników o 15% i poprawę retencji o 28%.

Czy wellbeing wpływa na *employer branding* i pomaga przyciągać talenty? Czy to nie jest tylko *przejściowa moda*?

87% nowoczesnych firm inwestuje w wellbeing.

źródło: Badania Aon Global Wellbeing Survey

Wprowadzenie wellbeingu do firmy **wzmacnia kulturę firmy oraz jej wizerunek**, co bezpośrednio przekłada się na większe zainteresowanie ze strony kandydatów.

Młodsze pokolenia pracowników przykładają coraz większą wagę do zdrowia - zarówno fizycznego (dieta, aktywność), jak i psychicznego. Oczekują od pracodawcy wsparcia w tym obszarze.

Program wellbeing staje się więc nie tylko dodatkiem, ale istotnym elementem atrakcyjnego i nowoczesnego miejsca pracy.

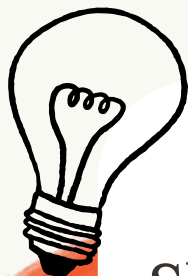
Może być elementem udanego wdrażania **EVP!**

Dbą o budowanie poczucia opieki, work-life balance, zaangażowania, mniejszego ryzyka wypalenia, angażuje w życie po pracy, wprowadza większe poczucie przynależności.

Wiodące firmy takie jak Google, Microsoft, Salesforce oferują swoim pracownikom przemyślane programy wellness co wyróżnia ich na tle innych pracodawców.

Jest to element skutecznego employer branding, na które składają się również inne elementy takie jak: programy mentoringowe, kursy online, elastyczne godziny pracy, praca zdalna.





Skąd wiemy że nasi pracownicy tego potrzebują?

Każdy właściciel samochodu musi wykonać cykliczny przegląd. Nie czeka, aż silnik zatraże się w trasie.

Wymiana oleju czy części to koszt przewidywalny i relatywnie niski. Natomiast awaria w trasie, związane z nią holowanie oraz opóźnienia generują dużo większe niespodziewane koszty niż zaplanowane działania profilaktyczne.

Z wellbeingiem jest dokładnie tak samo.

Umiejętne zadbanie o dobrostan pracowników, **zanim doświadczą wypalenia**, spadnie ich zaangażowanie lub pojawią się konflikty w zespołach może znacząco zminimalizować koszty m.in.: absencji, rotacji i prezenteizmu.

Wzrost absencji, odejścia kluczowych osób lub przeciążonych menedżerów: **to często oznacza, że problem trwa już od miesięcy.**

Efekt?

Wyższe niespodziewane koszty operacyjne związane z rekrutacją nowych pracowników, ich wdrożeniem a jednocześnie obciążenie pozostałych pracowników wypełniających nadprogramowe zadania.

Z raportu Deloitte Insights „The C-suite’s role in well-being” (2022) wynika, że **57% pracowników oraz aż 70% menedżerów** zmieniłoby pracę na organizację, która lepiej dba o dobrostan swoich ludzi.

Jednocześnie raport „Bezpieczeństwo pracy w Polsce 2023” pokazuje, że **blisko 40% pracowników** doświadcza stresu w pracy często lub nawet codziennie. Nie pozostaje to bez wpływu na efektywność, zaangażowanie oraz relacje w zespołach.



Skala zmęczenia pracowników również jest niepokojąca.

W typowym dniu roboczym:

- co siódmy pracownik budzi się już zmęczony,
- co czwarty odczuwa zmęczenie około południa,
- co drugi doświadcza go przed godziną 15:00,
- a co trzeci określa swoje zmęczenie jako silne.

Skuteczna strategia powinna więc koncentrować się nie tylko na ograniczaniu nadużyć. Przede wszystkim istotne jest wczesne rozpoznawanie przyczyn niezdolności do pracy i nieefektywności oraz prowadzenie profilaktyki, zamiast skupiania się wyłącznie na karach za nieobecności czy nagrodach za brak zwolnień.

Co istotne, potrzeba wsparcia jest jasno komunikowana przez samych pracowników.

Co trzeci oczekuje, aby pracodawca zaangażował się lub zwiększył swoje zaangażowanie w promowanie aktywności fizycznej. Taki sam odsetek liczy na większe wsparcie w zakresie zdrowego odżywiania.

Dlatego planowany program powinien być dopasowany do specyfiki różnych grup w organizacji:

- pracowników produkcji - z uwzględnieniem obciążeń fizycznych, pracy zmianowej oraz edukacji zdrowotnej,
- pracowników biurowych - z naciskiem na umiejętne zarządzanie sobą w czasie, profilaktykę chorób i redukcję stresu,
- kadry menedżerskiej - w obszarze zarządzania własnymi zasobami, odporności psychicznej oraz budowania zdrowego, silnego zespołu.

Profilaktyka to zawsze **tańsze**, a także **skuteczniejsze** działanie niż późniejsze naprawianie konsekwencji przemęczenia, stresu i wypalenia zawodowego.



Co konkretnie wchodzi w skład programu wellbeing i czym się wyróżnia?

Każdy dom potrzebuje solidnych fundamentów - bez nich żadna konstrukcja nie będzie trwała.

Tak samo pracownicy, którzy nie mają ugruntowanej wiedzy i nie są systematycznie wspierani w budowaniu zdrowych nawyków, nie zbudują trwałej zmiany w podejściu do swojego zdrowia.

Jednorazowe działania nie wystarczą.

Bez stałej edukacji i regularnej ekspozycji na dobre praktyki trudno oczekiwać świadomych, długofalowych decyzji prozdrowotnych. Bez nich nawet najlepsi pracownicy nie zbudują silnej i prosperującej firmy. Zdrowy styl życia, regularna regeneracja i umiejętność zarządzania obciążeniem to fundament wydajności, jakości pracy i długofalowej stabilności zespołów.

Jeśli chcemy trwałych efektów biznesowych, musimy najpierw zadbać o fundament - kondycję i dobrostan ludzi.

Nasz zespół składa się z dietetyków, psychologów, fizjoterapeutów, ponieważ wiemy, że **tylko kompleksowa i stała opieka przynosi długotrwałe efekty.**

Wszystkich specjalistów włączamy bezpośrednio w struktury firmy, zapewniając pracownikom ich stałe wsparcie.

Oferujemy szeroki zakres działań:

- szkolenia i warsztaty,
- sesje relaksacyjne,
- konsultacje indywidualne,
- webinary,
- materiały edukacyjne,
- zajęcia sportowe.

Pobierz nasz planer

*i sprawdź jak kompleksowo możemy wesprzeć
Twoją organizację.*

Co jeśli pracownicy nie będą korzystać z programu?

Pracownicy mogą początkowo podchodzić do programu z pewną dozą sceptycyzmu.

Dlatego dbamy o to, aby **nasza komunikacja oraz proponowane działania były angażujące i odpowiadały na faktyczne potrzeby zespołu**. Na bieżąco **monitorujemy i dopasowujemy** program tak aby zwiększać poziom uczestnictwa i otwartość na inicjatywy wellbeingowe.

Nawet jeśli pierwszym efektem programu będzie większa uważność i bardziej empatyczne podejście pracowników wobec siebie nawzajem - już jest to ogromna wartość dla organizacji.

Budowanie relacji opartych na zrozumieniu i życzliwości przekłada się na lepszą współpracę i atmosferę w zespole.

Nasz program podkreśla, że każdy z nas w jakimś obszarze potrzebuje wsparcia. Uświadomienie tego na różnych poziomach organizacji wzmacnia poczucie wspólnoty, sprzyja większej integracji zespołów oraz poprawia jakość komunikacji.



Czy to nie jest odpowiedzialność pracownika, a nie firmy?

Tak, częściowo to prawda.

Odpowiedzialność jest wspólna - ale różna w swoim zakresie.

- **Pracownik odpowiada za swoje wybory.**
- **Pracodawca odpowiada za stworzenie warunków odpowiednich do wprowadzenia dobrych zmian.**

Organizacja nie zastępuje indywidualnej odpowiedzialności.

Tworzy jednak przestrzeń, która ją wzmacnia: poprzez edukację, profilaktykę, dostęp do specjalistów czy kulturę pracy opartą na inkluzywności i dbaniu o zdrowie.

Bo choć zdrowie jest osobiste, to środowisko pracy ma na nie ogromny wpływ.

Firma, która świadomie dba o dobrostan ludzi, nie tylko wspiera ich jako jednostki, ale buduje także stabilność, efektywność i długofalowy rozwój całej organizacji.

Ile czasu zajmuje wdrożenie?

Wszystko zależy od kooperacji zespołu HR.

Jesteśmy w stanie wdrożyć nasz plan pilotażowy w ciągu 2 tygodni.



Silna kultura organizacyjna rodzi się tam, gdzie dobrostan jest *standardem*.

Zainwestuj z nami w największe aktywwo
Twojej firmy - zdrowie pracowników.

Kliknij w tekst i umów się z nami na spotkanie!



Zuzanna Piotrowska

CMO & B2B consultant

tel.: +48 607 887 737

Kamila Korneluk

CEO & B2B consultant

tel.: +48 609 188 070