



16.04.2018

# PPE W PRAKTYCE

## ROLA KOMUNIKACJI DO PRACOWNIKÓW



AGNIESZKA ŁUKAWSKA

DYREKTOR DS. PROGRAMÓW EMERYTALNYCH SKARBIEC TFI S.A.,  
EKSPERT INSTYTUTU EMERYTALNEGO

Złożenie wniosku do KNF kończy pierwszy etap tworzenia Programu. Czas, kiedy organ nadzoru rozpatruje wniosek pracodawcy to okres wyjątkowej pracy dla działu HR – oczywiście, w kooperacji z instytucją finansową, która będzie tym PPE zarządzać, a wcześniej pomoże w jego wdrożeniu. Poza dopracowaniem kwestii operacyjnych i proceduralnych, konieczne jest również przygotowanie komunikacji do pracowników oraz przeszkolenie osób odpowiedzialnych za obsługę PPE w organizacji i tzw. liderów opinii. Funkcje te pełnią najczęściej przedstawiciele strony społecznej oraz szefowie komórek organizacyjnych – czyli osoby, które w sposób naturalny powinny mieć szerszą wiedzę niż „zwykli” uczestnicy Programu – tak, aby w razie potrzeby móc im służyć swoją wiedzą i doświadczeniem.

Miarą sukcesu wdrożenia PPE w firmie jest stopień partycypacji pracowników i ich zadowolenie z zastosowanego rozwiązania. Skoro więc pracodawca decyduje się na wprowadzenie takiego benefitu – powinien zrobić wszystko, aby pracownicy nie tylko przystąpili do programu, ale i docenili jego wartość. Dlatego tak ważna jest dobra komunikacja, dopasowana do kultury organizacyjnej pracodawcy i poziomu wiedzy pracowników na ten temat. Ważne są bezpośrednie spotkania, podczas których pracownicy dowiedzą się czym jest PPE, jakie są warunki programu w ich firmie, jakie są koszty związane z uczestnictwem, a jakie korzyści i dlaczego warto do programu przystąpić. Niezależnie od ogólnych szkoleń – warto zapewnić pracownikom materiały informacyjne oraz konsultacje pozwalające na indywidualne zadawanie pytań. Nie wszyscy są gotowi do zadawania pytań na forum publicznym – praktyka pokazuje, że możliwość takich indywidualnych konsultacji jest istotna.

Ponad 19-letnie doświadczenie we wdrażaniu programów emerytalnych unaocznilo mi, jak ważna jest dobra logistyka całego procesu. Jesteśmy tak skonstruowani, że lubimy wiele rzeczy odkładać na później. W efekcie – jeśli pracodawca zaplanował cykl kilku spotkań dla pracowników – na ogół początkowo frekwencja jest niewielka po to, aby pod koniec cyklu sala była wypełniona po brzegi, a ci dla których zabrakło miejsca dopytywali o kolejne terminy spotkań. Jednak wszędzie tam, gdzie pracodawcy od początku zaplanowali kto w jakim terminie ma przyjść na szkolenie – ten proces przebiega płynnie. W organizacjach nierzadko całe wydziały pod przewodnictwem mistrzów czy kierowników przychodzą o wyznaczonych porach na spotkania. Czasami przed zmianą, czasami po zmianie – terminy każdorazowo ustala się tak, aby pracownicy mogli przyjść na szkolenie przy najmniejszej uciążliwości dla nich i całej organizacji. Najczęściej już po spotkaniu informacyjnym pracownicy składają deklaracje uczestnictwa – w efekcie takie uporządkowanie ułatwia też pracę działom HR, które deklarację od pracownika muszą przyjąć, sprawdzić i przekazać do instytucji finansowej. Oczywiście – zawsze znajdą się tacy, którzy wpadają na konsultacje mówiąc: „nie mogłem być na prezentacji – proszę mi to opowiedzieć w skrócie” – ale to powinien być wyjątek, a nie reguła.

Kolejna kwestia – to materiały komunikacyjne i ich dystrybucja do pracowników. Kiedyś pewnie wystarczył plakat i ulotka, artykuł do gazetki firmowej czy audycja w radiowęzle. I te rozwiązania pewnie nadal się sprawdzają w firmach produkcyjnych lub takich, gdzie pracownicy nie mają dostępu do komputera. Ale można też np. pokazać krótkie prezentacje na monitorach w pomieszczeniach wspólnych (np. w wielu firmach widziałam takie rozwiązania w stołówkach pracowniczych). Dla osób na co dzień pracujących na komputerach można zamieścić materiały na stronach intranetowych pracodawcy lub przesłać mailem. Czasem warto zorganizować wideokonferencję. Jest dużo możliwości



16.04.2018

- warto więc we współpracy z instytucją finansową wybrać takie rozwiązania, które pozwolą skutecznie dotrzeć z wiedzą o PPE do pracowników.

Ważne, by zarówno szkolenia, jak i materiały komunikacyjne były zrozumiałe. Trzeba dostosować język przekazu do różnych grup odbiorców. Nie wszyscy są finansistami - jeśli więc przedstawiciel instytucji finansowej będzie używał specjalistycznej retoryki - pracownicy po prostu nie rozumieją przekazu. Często mogą się wstydzić swojej niewiedzy więc w efekcie nie będą zadawać pytań. Tymczasem w deklaracji uczestnictwa w PPE znajduje się oświadczenie, z którego wynika, że pracownik rozumie i akceptuje warunki programu i dobrowolnie do niego przystępuje. Życie pokazuje, że ludzie są coraz ostrożniejsi i nauczyli się, aby nie kupować niezrozumiałej dla nich usługi finansowej. Dlatego uważam, że dobra komunikacja to podstawa - bez niej nie będzie oczekiwanej partycypacji w Programie.