

# Fantomowe ciało firmy – o tym jak badać tożsamość organizacji



szkolenie, 23 listopada 2018 r.



## Tematyka szkolenia

Dobra płaca i obietnica kariery już nie wystarczy. Dziś pracownicy zaczynają szukać firm, które będą wyznawać podobne do nich wartości i zgodnie z nimi wpływać na świat. Te, jeśli chcą podążać za oczekiwaniami pracowników, nie mogą kryć się za wizerunkiem swoich produktów. Muszą pokazać kim są – odsłonić swoją tożsamość i zmanifestować wartości. Skąd jednak wiedzieć jaką organizacja ma tożsamość?

Można zapytać wprost pracowników, ale wtedy ryzykujemy, że nie dowiemy się niczego ciekawego. Praca nie jest dla nas abstrakcyjna – jest zbiorem bardzo konkretnych czynności. Rzadko zastanawiamy się przecież czym albo kim firma jest i jak ją opisać. Możemy poprosić o odpowiedź zarządzających – ci myślą przede wszystkim abstrakcyjnie. Jak jednak zagwarantować, że to czym dla nich jest organizacja będzie prawdziwe dla działających kilka szczebli pod nimi?

W trakcie kilkugodzinnego warsztatu zapoznamy uczestników z zaawansowanymi metodami i technikami badania tożsamości organizacji: metaforami, storytellingiem, Lego® Serious Play. Każda z nich jest w stanie generować wglądy, do których nie da się dotrzeć klasycznymi metodami ilościowymi (ankieta) lub jakościowymi (wywiad indywidualny lub grupowy). Co to za wglądy, jak do nich dotrzeć i jak je interpretować? O szczegółach, bazując na przeprowadzonych projektach, opowiemy już na warsztacie.

## Szczegółowy zakres szkolenia

1. Klasyczne metody badawcze – czego się (nie) spodziewać?
2. Kim jest Twoja organizacja?

- a. Metafory w badaniu organizacji.
  - b. Storytelling w badaniu organizacji.
  - c. Lego® Serious Play w badaniu organizacji.
3. Planowanie badań z wykorzystaniem zaproponowanych metod.
  4. Interpretacja wyników badań z wykorzystaniem zaproponowanych metod.

## Do kogo kierowane jest szkolenie

- pracownicy działów HR, employer brand managerzy czy specjaliści komunikacji wewnętrznej
- badacze realizujący projekty dotyczące employee branding / employee experience / corporate culture and climate, etc.

## Korzyści dla uczestników

- Poznanie zaawansowanych metod badawczych (metafory, storytelling, Lego® Serious Play) użytecznych przy badaniach tożsamości organizacji
- Pozyskanie praktycznej wiedzy dotyczącej wykorzystywania omawianych metod na podstawie kilku studiów przypadku – przygotowujących do samodzielnej realizacji projektów dedykowanych diagnozie organizacji
- Poszerzenie wiedzy dotyczącej aktualnych nurtów i „gorących” tematów dla zarządzania marką pracodawcy i kulturą organizacyjną
- Możliwość omówienia własnych projektów i problematycznych obszarów z grupą i ekspertami

## Kluczowe pojęcia i zagadnienia

tożsamość organizacji, zaawansowane narzędzia badawcze, metafory, storytelling, Lego® Serious Play, misja, wizja i wartości organizacji

## Forma szkolenia

Szkolenie o charakterze warsztatowym; część wykładowa uzupełniona kilkoma case-studies, uzupełniona kilkoma dłuższymi ćwiczeniami (do każdego bloku).

## Stopień zaawansowania szkolenia:

- Podstawowa znajomość technik badawczych wykorzystywanych w badaniach konsumenckich – wywiad indywidualny i grupowy, ankieta
- Zainteresowanie zagadnieniami zarządzania znaczeniem w organizacji

## Prowadzą:



**Bartłomiej Brach**  
brightlight

Doradca organizacji w zakresie internal branding. Doktorant w Instytucie Kapitału Ludzkiego SGH. Zajmuje się nadawaniem sensu pracy w organizacji. Swój odnajduje w pracy z polskimi przedsiębiorcami profesjonalizującymi zarządzanie swoimi firmami. Doświadczenie doradcze zdobył pracując jako brand consultant w agencjach w Warszawie (BNA, one11) i w Londynie (Saffron Brand Consultants) oraz animując Króliczą Norę - sieć badaczy młodych Polaków. Współprowadził na rynek polski storytelling jako metodę badania tożsamości i kultury organizacji. Zbiera ciekawostki dotyczące działania organizacji na profilu fb @ciemnastronapracy.



**Anna Mazerant**  
4P research mix

Psycholog. Z badaniami marketingowymi związana od kilkunastu lat. Specjalizuje się w prowadzeniu strategicznych projektów związanych z pozycjonowaniem, tworzeniem innowacji produktowych i usługowych; prowadzi projekty w metodologii service design. Zajmuje się również rozwijaniem i wdrażaniem nowych metodologii badawczych (np. online community, metafory, reportaży badawczych). Ma doświadczenie w sektorach: FMCG, finanse, media, farmacja, telekomunikacja oraz w badaniach organizacji. Jest współautorką kilku trendbooków. Prowadzi również warsztaty i szkolenia z badań rynku oraz zajęcia akademickie. W wolnym czasie kręci filmy.

**Tytuł: Fantomowe ciało firmy – o tym jak badać tożsamość organizacji**

**Data:** 23 listopada 2018 r.

**Miejsce:** PTBRiO, Szarotki 11, Warszawa

**Koszt do 5 listopada:** 899 zł, później 990 zł netto

**Kontakt:** [szkolenia@ptbriio.pl](mailto:szkolenia@ptbriio.pl), 22 648 44 92

