

Kim jesteśmy? Po co badać i jak badać tożsamość organizacji



szkolenie, 14 czerwca 2019 r.



Tematyka szkolenia

Kim jesteśmy? Jak działamy? Co nas wyróżnia? To pytania, które zadaje sobie coraz więcej organizacji. Nie tylko dlatego, że specjaliści od employer brandingów próbują opowiedzieć o sobie coś ciekawego na coraz bardziej konkurencyjnym rynku pracy. Również dlatego, że specjaliści od komunikacji wewnętrznej chcą mówić o tym co dla pracowników ważne, a menadżerowie podejmować decyzje uwzględniające specyfikę firmy. Skąd jednak organizacje mają wiedzieć jaką mają 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 jednodniowego 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 (klasyczny 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, reportaże badawczy). 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: Kim jesteśmy – po co badać i jak badać tożsamość organizacji?

Data: 14 czerwca 2019 r.

Miejsce: PTBRiO, Szarotki 11, Warszawa

Koszt do 24 maja: 899 zł, później 990 zł netto

Kontakt: szkolenia@ptbrio.pl, 22 648 44 92

