

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО:

Как COVID-19 се отрази на телекомуникационната компания „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ ЕАД?

Наименование на организацията:

„ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ ЕАД

Държава и сектор на организацията:

БЪЛГАРИЯ, телекомуникации

Тип организация:

- Бизнес компания
- Публична организация
- **Частна фирма**
- НПО
- Друго:

Размер на организацията:

- малка
- средна
- **голяма**

Кратко описание на организацията:

„ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ е водеща телекомуникационна компания с над 3,2 милиона активни потребители в България. Към края на септември 2017 г. услугите на компанията са достъпни за 99,64% от населението и 89,80% от територията на страната, а 4G мрежата на „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ покрива 90,81% от населението на страната. Компанията е част от норвежката Telenor Group, която оперира в 12 страни в Европа и Азия и има 176 милиона абонати.

Кратко описание на изследването:

Пандемията засегна всички по света, не само в професионален план, но и в личен. Много бързо нашето общество трябваше да възприеме дигиталната среда на живот като новото нормално и този модел на комуникация се превърна в основен, а не допълващ.

В „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ процесите на дигитализация имаха своето развитие още преди корона кризата. Те имаха предимството да са няколко крачки напред и предизвикателството за тях не беше толкова голямо, а тест за развитието и желанието на целия екип да се адаптира към различни ситуации. Повечето от служителите продължават да работят от вкъщи, а други - да са "на първа линия". „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ успя да продължи да предлага на клиентите си най-важното във време на криза: надеждна, непрекъсната и бърза комуникация.

Ключови думи:

Телекомуникации, комуникация, услуга, пандемия, мерки, дигитализация, дистанционна работа, мрежа

ПРОФИЛ НА НАЙ-ДОБРА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Още преди извънредното положение, обявено на 13 март 2019 г. в България, беше създаден подробен кризисен план за непрекъснатост на бизнеса, който включваше различни мерки. За по-голямата част от служителите преминаването към дистанционна работа беше бърз и лесен процес, който не добави допълнителен стрес към ситуацията. Основната причина за това е, че те вече имат изградени навици и техническа подкрепа за работа от вкъщи. Всеки в централата работи с лаптопи и е запознат с вътрешните правила за работа от вкъщи. Повечето от служителите на екипа за обслужване на клиенти бяха разделени на четири екипа, работещи в две отделни сгради, така че да нямат физически контакт помежду си, а много от тях вече могат да го правят от вкъщи.

Разбира се, не всички служители могат да работят от вкъщи. Например служителите в магазините, както и специалистите по поддръжка на мрежата, не могат да работят дистанционно, така че за тях има строги хигиенни мерки и протоколи за намаляване на риска от инфекция, като работа с лични предпазни средства, ограничения за броя на клиентите, обслужвани в същото време, и правила за минимално разстояние между тях и т.н.

Във всички офиси и магазини атмосферата е съобразена със ситуацията, мениджърите осигуряват всичко необходимо за добра хигиена и безопасност както на служителите, така и на клиентите. Самото офис пространство също се почиства редовно, монтирана е апаратура за пречистване на въздуха, измерва се температурата на всеки служител и клиент при влизане сутрин в сградата или в магазина.

Всеки служител, който изпитва нужда да говори с психолог, може да го направи чрез онлайн сесии, които са строго поверителни. Те също така са започнали седмично проучване сред служителите, за да измерят как се чувстват и какви са нагласите им по отношение на ситуацията. Мениджърите създали специална секция на вътрешния портал с правила за безопасност и ценни съвети за слушателите : как да спортуват у дома, на какви концерти и събития служителите могат да се насладят онлайн, как да учат по-лесно, съвети за игри между родители и деца и др. Мениджъри на „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ дори провели онлайн куклен спектакъл за децата на своите служители, на който присъствали над 200 деца.

ОБОСНОВКА

Основното предизвикателство, пред което са изправени мениджърите, са чисто човешките аспекти на тази непредсказуема и объркваща ситуация. Благодарение на дългогодишната подготовка, „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ успя да се справи по-лесно с нея, тъй като компанията нямаше нужда от изясняване и дигитализиране на процеси, тъй като повечето от тях вече бяха дигитализирани и преди пандемията.

Самите служители дариха над 4000 лв. (около 2000 евро) в подкрепа на нуждаещи се семейства като част от вътрешна дарителска кампания по време на Великденските празници. В „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ има много силен екипен дух, независимо от обстоятелствата и предизвикателствата.

Основният мотив беше да поддържат служителите в добро физическо и психическо здраве, тъй като лидерите знаеха, че идват трудни времена. Някои от работниците са сериозно засегнати от вируса, някои от тях за съжаление са загубили приятел/родител или друг роднина, така че беше повече от необходимо мениджърите да покажат съпричастност и да се съсредоточат върху човешките аспекти по време на тази криза.

ЦЕЛИ

Една от основните цели на „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ е да бъде максимално прозрачна и своевременно да споделя надеждна информация, както се случи по време на извънредното положение, но всъщност продължава и днес, тъй като изглежда, че пандемията от COVID-19 все още присъства в нашето ежедневие. За лидерите беше много важно да поддържат психологическия баланс на служителите в този сложен период, особено в началото, когато всички бяхме затворени в домовете си. Ето защо „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ дигитализира сесиите със своя корпоративен психолог и посвети няколко специални видеоклипа на кризата с COVID-19 и последващите последици от нея – самоизолация и работа от вкъщи. Целият персонал се опита да продължи да бъде заедно и да се чувства като част от екип, дори докато работи от вкъщи. Една от основните цели на „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ е да покаже на хората, че те са и винаги ще бъдат основен приоритет на мениджърите.

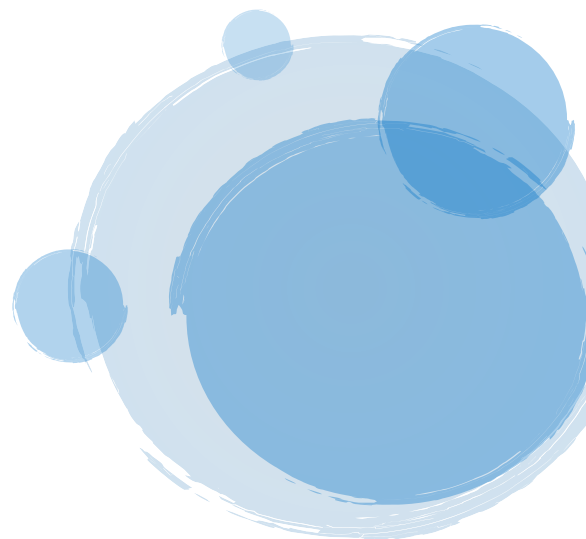
РЕЗУЛТАТИ

Дистанционната работа изисква специфична гъвкавост при взимането на различни решения. В „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ извънредното положение просто ускори вече започналите процеси за

дигитализация. Например те са дигитализирали HR отношенията в компанията, тъй като служителите вече могат да изпращат и подписват електронно издадени документи към трудовия договор, като споразумения, длъжностни характеристики и др. Електронните подписи се използват и за подписване на редица документи за институции и , където е възможно, договори с доставчици и партньори. Мениджърите въведоха приложение “MyTelenor”, портал за обслужване на бизнес клиенти и електронен магазин – така че техните бизнес и частни клиенти да имат достъп до всички комуникационни услуги, без да се налага да посещават физически магазин. По отношение на резултатите и производителността, компанията следи редица ключови показатели за изпълнение – както цифрови, така и финансови и качествени показатели за удовлетвореност на клиентите и служителите. Разбира се, има някои дейности, които са повлияни негативно: като роуминг услуги или предплатени услуги по време на туристическия сезон – но това е резултат от ограниченията за пътуване, наложени от кризата, а не поради новия начин на работа – дистанционен.

ПОУКА

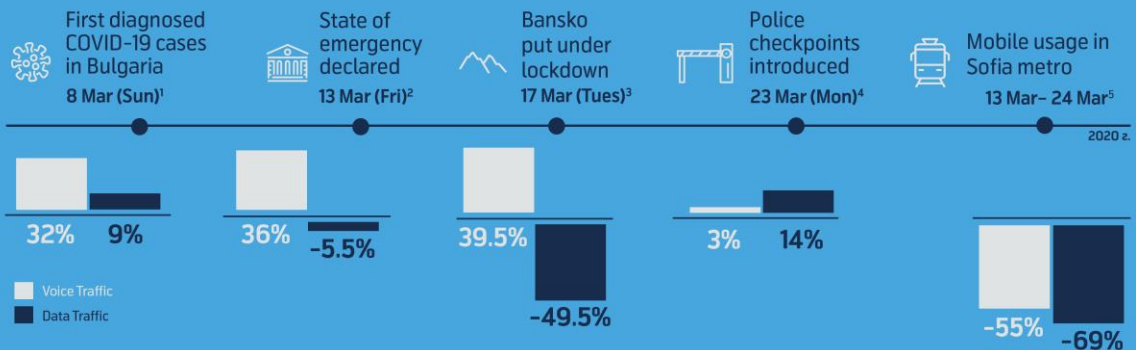
Мениджъри и служители са научили много уроци вследствие на COVID-19. Г-жа Галина Чулева, HR директор, казва: *„Изведнъж, само за няколко месеца, ние се променихме. За добро или лошо, в момента живеем в нов свят, който изграждаме и развиваме заедно. Основното нещо, което мога да подчертая като научено, е, че една компания винаги трябва да бъде изключително гъвкава и адаптивна към своята среда и процеси. Доказахме, че „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ е такъв, но винаги има място за развитие. Това, което ни помогна да продължим успешно напред е, че сме ръководили и останахме отдадени на нашата основна мисия - да осигурим свързаност на хората и бизнеса, когато те имат най-голяма нужда от нея - и да засилим контакта и обратната връзка от нашите клиенти, служители и партньори, за да се адаптират по-бързо и по-успешно.“*





Магазин на „ТЕЛЕНОР БЪЛГАРИЯ“ в Ринг Мол, София

extraordinary situation, exceptional network



13 Mar Highest voice traffic in 2020

23 Mar All time high data traffic in Telenor history

100+ locations Telenor improves network in over 100 locations between 13 Mar and 11 Apr 2020

¹Compared to the average of previous four Sundays; ²Compared to the average of previous four Fridays; ³Compared to the average of previous four Tuesdays; ⁴Compared to the average of previous four Sundays; ⁵Compared the previous 7 days; ⁶Compared to the period 1-12 Mar 2020

БИБЛИОГРАФИЯ

https://bg.wikipedia.org/wiki/%D0%A2%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE%D1%80_%D0%91%D1%8A%D0%BB%D0%B3%D0%B0%D1%80%D0%B8%D1%8F

<https://m.economy.bg/management/view/41105/Kak-Covid-19-se-otrazi-na-kompaniite-v-Bylgariya-govori-Telenor>

