

NASLOV ŠTUDIJE PRIMERA: SREČA

Ime organizacije:

Desigual

Država in sektor organizacije:

Španija. Moda in trgovina na drobno

Tip organizacije:

- **Podjetje**
- Javna organizacija
- Zasebna organizacija
- Nevladna organizacija
- Drugo:

Velikost organizacije:

- Majhna
- Srednja
- **Velika**

Kratek opis organizacije:

Desigual je špansko podjetje, ki sta ga leta 1984 na Ibizi ustanovila brata Christian Meyer in Thomas Meyer, ki je dejanski predsednik podjetja. Njegov glavni cilj je bil oblikovati oblačila, ki bi ljudem lahko ustvarjala pozitivna čustva in čustva.

Desigual je prisoten v 72 različnih državah z 200 lastnimi trgovinami in sodeluje s 7000 trgovinami z različnimi blagovnimi znamkami. Je podjetje, ki ga zaznamujeta nenehna rast in neustavljiva mednarodna širitev. Internacionalizacija in inovacije sta glavni usmeritvi rasti.

Kratek opis študije primera:

Za Desigual je pojem sreče ključnega pomena. Pravzaprav je ena od značilnosti, ki je to podjetje opredeljevala v zgodnjih dneh, razvidna iz ideje: „Desigual temelji na konceptu, da zabava in posel nista le združljiva in komplementarna, temveč tudi potrebna. Delo mora biti opravljano z užitkom.«

Trgovine imajo namen ustvariti edinstveno pozitivno izkušnjo za stranko, kjer skušajo kreirati prostor domišljije in razsvetljenja, ki stranki pričara užitek pri iskanju vzporednih svetov. Nakupovanje mora biti posebna zabava.

Ključne besede:

Sreča, užitek, ljudje najprej, vrednote, učinkovitost

PROFIL DOBRE PRAKSE

PODROBEN OPIS

Za to špansko blagovno znamko v tekstilnem, oblačilnem in modnem sektorju so značilne svetle barve in optimistični odtisi, ki poudarjajo prijazno plat življenja. Od leta 1984, ko je bila ustanovljena, sta brata Christian Meyer in Thomas Meyer želela potrošniku dati možnost, da se "oblači drugače, s svežimi in zabavnimi oblačili po ugodnih cenah". Tako so izbrali slogane, kot so "Real Life", "Magic Stories", "Luxury Feelings", "Me & You", "Better & Better", "Wow", "All Together", "Rainbow", "Life is Cool" in "Happiness is inside", ki jih spremljajo še danes.

Desigual ne želi definirati svojega poslanstva tako kot mnoge znamke – oblačila in dodatki za ženske, moške in otroke – temveč želi izviren pristop: Ustvarjanje pozitivnih čustev z izvirnimi, barvnimi in kvalitetnimi oblačili za vse z misijo deliti radost, ljubezen do življenja in njegov nenavaden duh. Od ustanovitve l. 1984 je Desigual obdržal svojo pot s kreativnimi in zabavnimi potiski oblačil in dodatkov v kombinaciji s svojim pristopom do strank in zaposlenih. Glede na vrednote podjetja, Fun&Profit, se razvija politika zaposlovanja, ki stavi na proaktivnost in neskladnost v povezavi z učinkovitostjo in dobrimi rezultati.

V tem smislu je Desigual leta 2015 začel proces preobrazbe z zelo jasnimi sanjami: postati veliko mednarodno podjetje, usmerjeno h kupcem. Preobrazba, ki jo je bilo treba pregledati od njenega poslovnega modela, izdelka in komunikacije do koncepta njihovih trgovin in njihovega načina dela. Ima več kot 4600 zaposlenih po vsem svetu. S tem v mislih se je pojavil nov pristop: prehod iz podjetja, usmerjenega v izdelke, v podjetje, usmerjeno na kupca, tako da se lahko z edinstvenimi kreacijami počuti pristno in srečno. Da bi dosegli ta cilj, je bilo nujno postaviti ljudi v središče vsega. Marta Sala, nekdanja globalna direktorica za pridobivanje talentov v podjetju Desigual, je na Dan talentov 2017 pojasnila ključne do povečanja sreče zaposlenih. "Vprašanje sprememb je v tem, kako iz podjetja, ki se osredotoča na izdelke, preiti v podjetje, ki je usmerjeno na kupca. Nova os, okoli katere se vrti celotna strategija Desiguala." Kot je komentirala Sala, je ta element na področju upravljanja z ljudmi mogoče najti že v samem imenu oddelka: od imenovanja „človeški viri“ je prešel v „najprej ljudje“.

Pojasnila je tudi pobude, kot so nedavna ustanovitev športnega kluba, v katerem sodeluje več kot 500 zaposlenih, uvedba novih orodij, kot je "happymetro", ali mesečna srečanja s predsednikom za svetovne delavce. Cilj vseh teh ukrepov je po Salanih besedah preoblikovanje politik v bližje formate, ki ustvarjajo občutek skupnosti in delavce spreminjajo v ambasadorje blagovnih znamk ali "mini izvršne direktorje".

Ena od značilnosti, ki opredeljujejo to podjetje, je njihov način dela. Konkretno prikazuje zanimiv kompromis med zabavo in dobičkom, ki ga imenujejo »skrivnost uspeha Desiguala«. To pomeni, da lahko zaslužimo tako, da se vsak dan zabavamo in razumno veselimo. Podjetje skrbi za dobro počutje svojih zaposlenih tako, da ustvarja prijetne delovne koticke s prostori za počitek, odprte agore za kavo in zajtrk, impresiven pogled na morje, kreativne prodajne salone za predstavitve njihovih zbirk, zabavne in pisane učilnice, knjižnice... In še posebej očarljivo vzdušje.

Po besedah Franca Pontija, rednega profesorja na poslovni šoli EADA v Barceloni (Oddelek za strategijo, vodstvo in ljudi), "vidite, da je večina ljudi navdušena nad svojim delom, vidite veliko ljudi, ki delajo v timih in ustvarjajo, obstaja veliko dobrega humorja, transgresivna dekoracija... Tam sem preživel nekaj ur in imel sem občutek, da sem eden izmed njih, da sem tam delal mesece in mesece. To se mi je komaj kdaj zgodilo in me je zelo osrečilo. Tistega jutra sem se zbudil nekoliko potr: imel sem težke delovne dni in bil zelo utrujen. Toda ljudje iz Desigual so me razveselili in njihove prostore sem zapustil zadovoljen. Dihal sem morski vetrič in razmišljal, da imamo romantiki še vedno prostor na tem svetu. Hvala, Desigual."

Poleg tega, kot je izrecno navedeno v njihovem sloganu podjetja: "Oblačimo ljudi, ne telesa", si podjetje prizadeva izboljšati življenje ljudi s ponudbo oblačil, zaradi katerih se počutijo srečnejše.

UTEMELJITEV

Za Desigual je bistveno, da zaposlene postavi v središče katere koli odločitve. To je eden od razlogov, zaradi katerih je Desigual celo spremenil ime oddelka, iz Človeški viri v Najprej ljudje. Najprej ljudje je odgovoren za ohranjanje kulture in vedenja, ki temelji na pristnosti in nenehnem učenju pri delu, ki ni nujno v nasprotju z uspešnostjo. Zabavati se in hkrati imeti visoko raven je popolnoma združljivo. Velik del njihovih zaposlenih tvorijo milenijci in strokovnjaki generacije X. Desigual je primer raznolikega in mednarodnega podjetja. Med zaposlenimi najdemo več kot 100 narodnosti. Nihče ne slavi različnosti, ker so si različni.

Juan de Mora, nekdanji direktor Najprej ljudje, je pojasnil, da je „People First bolj kot ime oddelka filozofija, kultura in izjava o nameri. Zato je bil prvi korak postati prvi v People First s prvo izjavo o nameri: ljudi postaviti tja, kjer morajo biti, na prvo mesto in predvsem v srce samega podjetja. Ko Desigual govori o zabavi in dobičku, vsak praznuje svoje uspehe in dosežke, pa tudi dobro opravljeno delo. Živimo vsak dan s strastjo in intenzivnostjo, vedno polni energije. To je zelo nalezljivo. Verjamemo, da gre dobro, ker to počnemo z užitkom. In to lahko dihate že od prvega dne, ko vstopite skozi vrata. "

Centralne pisarne podjetja Desigual, odprte leta 2012, so jasen primer te kulture, ki jo vodijo ustvarjalnost in „dobre vibracije“. Nahaja se v edinstveni enklavi, nasproti plaže Barceloneta (v Barceloni), arhitekturna ureditev prostorov in dekoracija pomagajo delu v skupini, z zahtevami in profesionalnostjo ter veliko mero užitka. Okolje spodbuja sodelovanje: ni fiksnih lokacij in vsi prostori so namenjeni zaposlenim za delo z ljudmi z različnih področij, ki spodbujajo ustvarjalno sinergijo. Vsak prostor, vsak trenutek dneva, sestanek, neformalni klepet ali kava so lahko vedno začetek velikega projekta.

Tako znotraj kot zunaj podjetja se Desigual osredotoča predvsem na ljudi. Iz tega razloga podjetje razvija vrsto pobud, ki predane okolju, zdravju in obsedenosti s srečo.

Juan de Mora pravi: "Za nas je prosti čas enako pomemben kot delovni dan, zato omogočamo fleksibilnost in spodbujamo športne aktivnosti. Letos smo ustanovili Club de sports, kjer skoraj 500 zaposlenih vadi jogo, pilates, tek, plavanje, ples, odbojko na mivki, veslanje, trekking idr. Vse aktivnosti nadzirajo zaposleni sami, kar je pomagalo izboljšati motivacijo. Zagotavljam, da smo srečnejši in produktivnejši, saj imajo te iniciative močan vpliv in predstavljajo dober vložek tako v zaposlene kot v podjetje. Zdravi in srečni zaposleni privabljajo stranke in se poistovetijo z znamko. Če obiščete glavne pisarne v Barceloni, boste srečali strokovnjake, ki konec delovnega dne še malo veslajo, zjutraj pa izvajajo jogo ali Pilates na terasi. Pisarne imajo jedilnico, Kantina, ki streže več kot 20 menijev, prilagojenih za vse vrste intoleranc. Prav tako ponuja možnost piknika in obedovanja na plaži."

CILJI

Alberto Ojinaga, generalni direktor podjetja Desigual: »Glavna strategija upravljanja ljudi temelji predvsem na privabljanju in motiviranju zaposlenih. Da bi to dosegli, smo na eni strani razvili načrt za blagovno znamko delodajalcev, v katerem smo kot delodajalci cenili svojo korporacijsko kulturo in svoj vrednostni predlog. Po drugi strani pa, da bi motivirali svoje zaposlene - ne glede na to, kje delajo - nenehno delamo na zahtevnih projektih, ki vključujejo odločanje, skupinsko sodelovanje in nenehno učenje. Vse to, zavito v eno naših glavnih vrednot, zabavo in dobiček, s katero dokazujemo, da gresta visoka uspešnost in praznovanje uspeha in užitka z roko v roki. Iz tega razloga se ljudje, ki so del organizacije, počutijo predane in pooblašene za sprejemanje najboljših odločitev, ki jim bodo omogočile doseči rezultate, ki smo si jih zastavili. " "

Desigual zaposluje več kot 4600 ljudi po vsem svetu, dobršen del pa jih sestavljajo milenijci in strokovnjaki iz generacije X - 10 odstotkov. Ti profili imajo nove potrebe in motivacijo in s svojo filozofijo People First skušajo svoje potovanje zaposlitve spremeniti v edinstveno in drugačno izkušnjo. Želijo ustvariti nove pobude z jasnimi potrebami: prilagodljivost, izzivi, ki jih motivirajo za multidisciplinarne projekte, nenehno učenje... in ovrednotiti številne ukrepe, ki jih izvajajo. Desigual jih spodbuja, ker so njihovi zaposleni del njihove DNK. Kot poudarja Ojinaga: "Ena od naših vrednot, skoraj tista, ki nas najbolj prikaže in po kateri smo prepoznani, je zabava in dobiček, in je bolj kot način dela razumevanje naše blagovne znamke in naše kulture."

Po drugi strani pa je zanje bistven koncept timskega dela. Kot je pojasnil Ojinaga, so v podjetju Desigual vsi del ekipe, ki si deli isti cilj. Na ta način se spodbuja motivacija za poslušanje, komunikacijo in mreženje ter projektno delo. Naloge si ne zamislijo, če ne temelji na sodelovanju. Delajo transversalno, s skupnimi cilji, vendar vedno z različnimi stališči in izkušnjami. Odločitev, da bi morali pisarne imeti strukturo odprtega prostora, ni naključna: številnih področij ne organizirajo klasično znani oddelki, temveč strokovne tabele, kjer je vsak, ki jih sestavi, strokovnjak za določeno področje in dopolnjuje ostale člane. Če govorimo o prodajnih mestih, je scenarij podoben: usposabljanje deluje v omrežju, usposabljanje trenerjev, ki nato to znanje posredujejo drugim profilom.

Desigual dela na diferencialnem vključevanju na prodajnih mestih, kjer so različni ljudje iz različnih okolij in strokovnjaki s področja znanja mentorji usposabljanja novih upraviteljev trgovin, pomočnikov upraviteljev trgovin in drugih profilov.

VPLIV

Zahvaljujoč svoji filozofiji, da zaposlenega postavi v središče podjetja, je Desigual uspel svoje zaposlene narediti bolj ustvarjalne in učinkovite, z večjo produktivnostjo in hitrejšim napredovanjem v karieri. Poleg tega so zaposleni bolj zavzeti in motivirani za delo in so pripravljeni prispevati več kot od njih zahteva delovno mesto.

Po drugi strani pa ljudje na srečnejših delovnih mestih namesto stiske in zastojev vidijo širšo sliko, ki jim omogoča manj stresa; lažje se spopadajo s stresom na delovnem mestu in si opomorejo, prav tako pa tudi lažje rešujejo konflikte.

Thomas Meyer: "Šest let smo že izvajamo načrt radikalne preobrazbe. Sprememba cikla, ki temelji na petih stebrih. Izdelek, blagovna znamka, distribucijski kanali, trajnost, predvsem pa Desigual kot odličen kraj za delo. Zato smo

spodbujali številne spremembe v notranji kulturi podjetja, da delamo drugače (da še naprej delamo drugače, to je naša DNK). Optimizem, drugačnost in veselje do življenja so in bodo vedno razlogi, da obstajamo. COVID je bil zelo močan udarec. Ko pride do tako nenadne spremembe, premik k novemu redu vedno pomeni proces določenega kaosa. V trenutkih popolne zaprtosti, ko so ulice prazne in trgovine zaprte, se zdi situacija grozna. Toda tudi v teh okoliščinah sem razumel, da je prednostna naloga zaščititi tako zaposlene, ki so v teh mesecih izkazali izjemno zavezanost podjetju in katerim bi se rad zahvalil za vložen trud, kot tudi kupce, ki še naprej zaupajo blagovni znamki in kupujejo naše kolekcije. Mislim, da smo se kar dobro odrezali in vsi smo razumeli, da moramo bolje poskrbeti zase in za svet."

Za Desigual so zaposleni osnova in v tem smislu je predsednik katalonske modne distribucijske družbe nagovoril svoje zaposlene s pismom, v katerem pojasnjuje, da bo koronavirus prinesel nove priložnosti. "Leta 1984 mi je življenje dalo priložnost ustvariti Desigual." Tako Thomas Meyer začne pismo svojim zaposlenim, v katerem razmišlja o razmerah, ki so privedle do pandemije koronavirusa. V pismu ustanovitelj podjetja poudarja, da nas bo ta situacija "nekaj naučila" in "prinesla nove priložnosti". "Večkrat smo dosegli dno in vsakič smo si opomogli," v pismu priznava Meyer. "In vsakič smo se naučili nekaj pomembnega in lepega, kaj je zares pomembno in kaj ne," v pismu doda poslovnež. "Naučili smo se biti bolj človeški, ker smo veliko izgubili, sorazmerno pa smo pridobili v fokusu in vrednotah," prizna Meyer. "Naučili smo se lekcije ponižnosti in da se morajo stvari spremeniti," dodaja. "Združeni smo, močnejši in bolj prepričani, kakšna naj bo naša prihodnost," zaključuje pismo. Iz njegovih besed lahko razberemo, da je za Desigual in njegovega predsednika tudi v težkih časih odnos s svojimi zaposlenimi najpomembnejši.

PRIDOBLJENO ZNANJE

1. Ljudje so bolj verjetno strastni

Ko je nekdo srečen, je bolj verjetno strasten. Nenazadnje, če smo globoko nezadovoljni in nesrečni v življenju, se je težko navdušiti nad delom s papirji. V primeru, da imamo radi svojo službo in cenimo vrednote, ki jih zastopa podjetje, imamo več možnosti, da delo opravljamo strastno. Pozitivna naravnost je lahko nalezljiva – za delodajalca je pomembno, da ima na delovnem mestu pravo energijo. Ta ljudem omogoča, da vztrajajo, ko so v stresni situaciji, jim lajša težke naloge in naredi delovno mesto prijetnejše.

2. Timsko delo in sodelovanje se zgodita neopazno

Ljudje se veliko bolj verjetno domislijo sijajnih idej, ko se zberejo v kavarni in če so resnično predani in zadovoljni s svojo službo. Srečni ljudje bodo z veliko manj napora preusmerili svoje ideje drug drugemu, sodelovali in komunicirali o težavah, s katerimi se srečujejo na delovnem mestu, in o dokončanju projektov. Zato je veliko bolj verjetno, da bodo delavci našli kreativne in učinkovite rešitve. Ko bodo skupaj lahko reševali probleme in napredovali v organizaciji kot ekipa, se bo vzdušje pisarne v povezavi s tem verjetno izboljšalo.

3. Navdušeni delavci delajo stvari hitreje in boljše

Ko so delavci navdušeni in zadovoljni s svojim življenjem, bodo stvari opravili hitreje in učinkoviteje, hkrati pa bodo dosegali boljše rezultate. To je smiselno. Pomislite: delavci, ki so nesrečni, bodo verjetno veliko časa poskušali razmišljati o drugih stvareh, ki jih lahko počnejo poleg dela, na primer da vstanejo in si

privoščijo še eno kavo ali si vzamejo dodaten čas, da odgovorijo na e-poštno sporočilo samo zato, ker se ne želijo vrniti k temu, čemur naj bi posvetili svoj čas.

Tisti, ki so navdušeni nad svojim delom, bodo bolj verjetno popolnoma predani in produktivnejši. Zadovoljni, navdušeni zaposleni, bodo delo orpavili bolje in bodo tako dragocenejši za podjetje. Podatki to potrjujejo! Študije so pokazale, da je zadovoljen delavec 12 % bolj produktiven!

GRADIVO

- https://www.youtube.com/watch?v=sFK_nK-Lm8A
- <https://www.youtube.com/watch?v=Bp4UM0qklds>

*happiness
is
inside

Slogan



merilec zadovoljstva





Joga terasa



Jedilnica



Veslanje



Delovno okolje

REFERENCE

https://www.desigual.com/es_ES/

<https://wedreambusiness.org/Desigual.html>

<https://www.modaes.es/empresa/viaje-a-los-origenes-de-desigual.html>

<https://aulaempresa.wordpress.com/2016/03/04/desigual/#:~:text=Su%20eslogan%20inicial%20fue%3A%20No,y%20La%20vida%20es%20Chula.>

<https://www.francponti.com/en/desigual-fun-and-profit/>

<https://www.equiposytalento.com/noticias/2018/01/30/desigual-explica-como-eleva-la-felicidad-de-sus-empleados>

https://www.desigual.com/es_ES/corporate/people/

https://www.peplematters.com/Archivos/Descargas/Docs/Docs/articulos/PM_Papel/2018/Mayo/180516_Equipos&Talento.pdf

https://www.peplematters.com/Archivos/Descargas/Docs/Docs/articulos/PM_Web/2017/Diciembre/1712_Desigual.pdf

<https://www.lavanguardia.com/magazine/moda/20201115/34118/thomas-meyer-genio-diferencia.html>

<https://reunir.unir.net/bitstream/handle/123456789/3248/SUBIROS%20SABALLS%2C%20ENRIC.pdf?sequence=1>

<https://www.thebalancecareers.com/top-soft-skills-employers-seek-1986632>

https://greatergood.berkeley.edu/article/item/the_four_keys_to_happiness_at_work#:~:text=Being%20happier%20at%20work%20is,innovation%2C%20and%20faster%20career%20advancement.

<https://www.corpcofe.com/3-benefits-of-having-happiness-in-the-workplace/>

<https://www.modaes.es/back-stage/thomas-meyer-desigual-hemos-tocado-fondo-varias-veces-y-cada-vez-hemos-logrado-recuperarnos.html>

