

ЗАГЛАВИЕ НА ИЗСЛЕДВАНЕТО: ПЕЙСЕЙФ БЪЛГАРИЯ

Име на компанията:

Пейсейф България ЕООД

Държава и сектор на компанията:

БЪЛГАРИЯ, финтех компания

Тип организация:

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

Размер на организацията:

- малка
- средна
- **голяма**

Кратко описание на компанията:

Пейсейф е водеща компания с интегрирана платформа за плащания. Основната функция на платформата е да даде възможност на бизнеса и потребителите да се свързват и извършват транзакции безпроблемно. Това е възможно чрез водещи в бранша възможности за обработка на плащания, дигитален портфейл и онлайн парични решения.

С над 20 години опит в онлайн плащанията, годишен обем на транзакциите от над 98 милиарда щатски долара през 2019 г. и приблизително 3000 служители, с над 12 глобални локации, Пейсейф свързва бизнеса и потребителите по целия свят в 70 вида плащания, в над 40 валути. Предоставени чрез интегрирана платформа, решенията на Пейсейф са насочени към инициирани от мобилни устройства транзакции, анализ в реално време и конвергенция между традиционни и онлайн плащанията. Допълнителна информация е достъпна на www.paysafe.com

Кратко описание на изследването:

Изследването на тази практика има за цел да отличи ключовите фактори за успеха на културата на компанията Пейсейф.

Доверието е от първостепенно значение за успеха, Пейсейф се отнася сериозно към своите отговорности и се ангажира да работи справедливо и почтено с всички свои служители.

Служителите взимат смели решения, те са отворени към света и в същото време фокусирани. Фокусът е върху комбинирането на технологични иновации с човешки иновации, стойността се постига чрез създаване на работни практики, които подобряват производителността, намаляват разходите, развиват таланти и осигуряват удовлетворение от работата.

Ключови думи:

Финтех, финанси, модерни технологии, творчество, хоум офис, баланс между работа и личен живот, свободно време, фирмена култура, възнаграждения, благотворителност, спорт, технологии, адаптация.

ПРОФИЛ НА ДОБРАТА ПРАКТИКА

ДЕТАЙЛНО ОПИСАНИЕ

Офисът на Пейсейф в София е основен двигател за развитието на глобалните бизнес цели на компанията в областта на онлайн плащанията. През последните години местният екип се увеличи многократно, като в момента се състои от 1200+ души, което е приблизително 1/3 от всички служители на компанията. Като една от най-бързо развиващите се компании във финтех сектора в България, Пейсейф се фокусира върху културата и ценностите, които обединяват екипа и го отличават от конкурентите на пазара. Компанията използва платформа за измерване на ангажираността на служителите, наречена GLINT. Тя се основава на изкуствен интелект и събира обратна връзка за измерване на успеха и ефективността на фирмените процеси, за да се гарантира, че те непрекъснато се подобряват и развиват. През 2019 г. 95% от новите служители заявиха, че са много доволни от процеса на набиране на персонал в Пейсейф и посочват като основни причини за присъединяването към компанията възможността за кариерно развитие и фирмена култура. Оценката на цялостното качество на бордовия процес в Пейсейф и нивото на подкрепа, предоставена от линейните мениджъри, е 90. Това е най-високият резултат от всички офиси на Пейсейф, със средно ниво за компанията от 85 и средно за GLINT - 81.

През февруари компанията проведе комуникационна кампания около своите 4 основни ценности, защото : “отворена към света, новаторска, фокусирана и смела” са част от нейното ДНК. Тези ценности бяха представени и популяризирани пред външна аудитория чрез кампанията „Пейсейф обожава технологии“, в която участваха 4 софтуерни инженери от Пейсейф. Всеки от тях въплъщава една от 4-те ценности на компанията. Те участваха в 30-секундно видео и техните истории бяха публикувани на Facebook и Instagram страниците на People of Sofia (лайфстайл общност, представяща живота и историите на софиянци) под формата на интервюта. Videото беше излъчено като реклама в Cinema City в Paradise Center в София и като реклама в YouTube през

периода 7-23 февруари 2020 г. Кампанията повиши осведомеността на работодателската марка на Пейсейф на местния пазар. Това доведе до 40% увеличение на седмичния брой заявления за отворени позиции за разработчици в сравнение със седмици без активна комуникационна кампания.

Пейсейф предоставя и редица допълнителни социални придобивки за своите служители, включително: 25 дни платен годишен отпуск; възможност за работа от разстояние; бонус за препоръка на кандидат за отворена позиция; месечен бонус от 200 лв. за родители с деца до 4-годишна възраст; програма за правна и финансова помощ; психологически и коучинг консултации; допълнителна здравна застраховка с включено стоматологично лечение, месечна спортна карта. Фирмените стойности са важна част от процеса на включване за присъединяващите се към екипа на Пейсейф. Семинарът за ценности трае 3 часа и събира нови служители от различни отдели, дава им възможност да се опознаят и да прекарват времето си заедно, докато играят интерактивни игри и решават проблеми. Целта му е да ги насърчи да се запознаят с ценностите на Пейсейф, за да се идентифицират по-лесно с тях.

Функционалността на значките за ценности позволява на служителите да разпознаят колега, който е демонстрирал изключително поведение в съответствие с една от четирите ценности, като им присъди значка на SuccessFactors. Трябва да се предостави ясен пример за това как номинираният е демонстрирал ценностите и защо заслужава значка. Когато служител получи значка, той:

- Получава физическа „Значка за ценности“
- Когато колега получи всичките 4 значки за ценности, той ще бъде включен в теглене, за да присъства на Пейсейф Rewards Club и да получи специален залог за стойности на Пейсейф.

Клубът за награди е инициатива за служители, при която хората, които са получили всичките 4 значки в SuccessFactors или са били номинирани от бизнес лидера или са постигнали нещо друго / допълнително (препоръчал е приятел към отворена позиция за работа), могат да спечелят награда, обикновено свързана с опит на вълнуващо място (Бахами / Маями / Миконос), за да отпразнуват успехите заедно, а тези, които не спечелят, получават възможност да отидат на вечеря с техен партньор / колеги / приятели, където разходите до 200 лева се поемат от Пейсейф.

През 2019 г. Пейсейф стартира Политиката за дългосрочно обслужване на Пейсейф, за да признае и благодари на служителите за тяхната отдаденост към компанията. Всяка година Пейсейф празнува 3, 5, 10, 15, 20, 25 и 30 години служба с щифтове, трофеи и безплатни дни на Пейсейф през годишнината. През 2020 г. за София има не по-малко от 292 дългосрочни служители, които ще бъдат наградени с 445 Пейсейф дни!

Пейсейф винаги се стреми да създаде отлична работна среда, която също включва програми и инструменти за задържане на служителите и личностно развитие. Целта на компанията е не само да привлече най-добрите таланти, но и да им предостави възможности за кариерно развитие и израстване. Целите на програмата са следните: подобряване на лидерството и уменията за управление на хората; създаване на яснота около очакванията и поведението на лидера; укрепване на лидерството; идентифициране и развитие на служители с висок потенциал; ускоряване на израстването. Той е предназначен да подготви участниците да преминат в сложна лидерска роля през следващите 1-3 години. Той е предназначен да предостави на участниците инструменти, ресурси и опит, които да им помогнат да развият лична ефективност, самосъзнание и лидерски умения. За да демонстрира ефективността на програмата, екипът на Пейсейф събира обратна връзка от участниците и техните мениджъри след нейното приключване. Общото

удовлетворение на участниците в програмата за целия период от стартирането ѝ през 2016 г. до 2019 г. е над 95%. През 2018-2019 г. 25% от участниците бяха повишени на ръководни позиции, докато програмата се изпълняваше. Front Runner подкрепя глобалната стратегия на Пейсейф за насърчаване на равенството между половете на ръководни позиции, като 49% от участниците в програмата са жени.

Пейсейф насърчава служителите си да се включат в благотворителни организации, които ще имат положително въздействие върху обществото, в което живеят и работят. Всеки служител, който желае да подкрепи благотворителна инициатива, има право да използва един работен ден, за да ѝ се посвети. През 2020 г. служителите на Пейсейф избраха да подкрепят борбата срещу COVID-19 в България, като се присъединят към дарителската кампания „Първа линия“. Средствата на стойност 36 000 лв. са използвани за закупуване на защитно оборудване за медицинския персонал, работещ на първа линия. Те бяха разпределени между нуждаещите се болници въз основа на математически модел.

ОБОСНОВКА

Стратегията за защита на хората в Пейсейф бе иницирана, за да осигури силна комуникация, поддържане на хората в течение на информацията, повишаване на екипния дух и повишаване на духа в момент, когато 100% от служителите на Пейсейф за първи път преминават към работа от разстояние.

Стратегията е постигната чрез въвеждането на нови интерактивни инструменти и канали за вътрешни комуникации, засилен достъп до изпълнителния директор и други изпълнителни лидери и фокус върху виртуално обучение и инициативи за благосъстояние. Основните цели бяха следните:

- Информирание на служителите по време на бързо променящата се среда
- Всички колеги остават приведени в съответствие с глобалната фирмена стратегия и имат пряката възможност да задават въпроси за нея
- Помагане на служителите да се адаптират към отдалечена работна среда и да оборудват мениджърите с инструментите и лидерските умения, необходими им за дистанционно управление и да поддържат екипите мотивирани.
- Служителите смятат, че Пейсейф се грижи за тяхното благосъстояние: физическо, психическо и финансово.

Още в началото на кризата с COVID-19 стратегията „Защита на хората с безопасно плащане“ (SPP) беше разработена от Internal Comms и включена във всички непосредствени мерки относно пандемията. По това време беше създадена специална пощенска кутия за SPP, която се наблюдаваше 24/7 за въпроси или притеснения от служителите.

Пейсейф включи седмичен бюлетин в петък, отчитащ живота и работата по време на локдаун, с информация за насоки за следващата седмица, съвети за работа от разстояние и подробности за благосъстоянието и инициативите за обучение. Бюлетинът включва също така съдържание по теми като любими филми и албуми, а също така включва заключени снимки, повреме на локдауна, изпратени от служителите.

Те също така разработиха седмично проучване, фокусирано върху благосъстоянието на служителите, което съдържа 10 въпроса, изследващи как хората се чувстват, колко свързани са, дали са били добре информирани и т.н.

С променената среда вътрешните комуникации изиграха важна роля в промяната на начина, по който хората комуникират в компанията. Екипът на Пейсейф е забелязал невероятно ускорение в приемането на Microsoft Teams: Чатът е преминал от 8 000 на 25 000 съобщения на ден; 600 срещи на ден са резервирани за екипи, утрояващи това, което са правили преди кризата; и те са преминали от 50 на 400 директни (видео) обаждания на ден. Бързото приемане на различни онлайн комуникационни канали им позволи да организират първото виртуално честване на Пейсейф Day за всички колеги в световен мащаб. Това беше ден, в който хората от Пейсейф бяха признати за постиженията си (дълъг стаж, повишения, висока производителност), лидерство, преди да имате половин почивен ден или да бъдат със семейството си, или да се включат в някои местни организирани виртуални дейности като медитация или онлайн йога. Въпреки предизвикателствата на ситуацията, събитието отбележи изключително много присъстващи (около 70% от всички колеги участваха в някои или всички инициативи) и получи фантастична обратна връзка от колегите.

Доброто психично здраве и благосъстояние на духа на служителите е основен приоритет за компанията от началото на кризата. С оглед на това бяха стартирани поредица от уебинари и обучения, като обучение по лидерство в условия на криза и уебинари „Бъди все по-добър“ с Колин Хийлс. След коментарите на техните колеги в редовното двуседмично ангажиране и удовлетвореност на служителите на Glint, компанията наскоро обяви партньорство с Headspace, което вече е бесплатно за използване от всички служители. Чрез това приложение служителите на Пейсейф имат достъп до стотици ръководени медитации за всичко - от стрес до производителност, както и цяла гама първокласно съдържание и други полезни инструменти. Средната скорост на отваряне на редовната актуализация от петък е 72%. Служителите активно участват в процеса на създаване на съдържание чрез споделяне на снимки и лични истории около различни теми и глобални и местни събития и тържества, като Великден, ПРАЙД фестивала и много други.

Пейсейф си партнира с Glint, за да разбере как се чувстват служителите и да знае какви действия трябва да предприеме компанията. Специалното проучване за защита на Пейсейф се фокусира най-вече върху това как се чувстват служителите, докато имаме обширни мерки за социално дистанциране, които ни влияят както в личен, така и в професионален план. Предоставената от тях обратна връзка е ключова по отношение на управлението на стратегически решения и предоставянето на нови инициативи. Средният резултат на Glint за столичния офис за въпроса „Пейсейф върши добра работа в комуникацията със служителите“ е 81, в сравнение със 78,6 за цялата компания и 61 - средният за компаниите, използващи Glint. Средният рейтинг на Glint в столичния офис за „Пейсейф се интересува истински от благосъстоянието на служителите“ е 79,5, в сравнение със 72 за компанията и непрекъснато се увеличава по време на кризата и продължава да се подобрява. Резултатът за служителите в София, които се чувстват свързани с колегите и екипа си, докато работят отдалечено, е 85. Коментарите, предоставени в двуседмичното проучване, са ключов двигател за различни инициативи. В резултат на коментарите на хората, софийските офиси на Пейсейф бяха отворени за служители, които предпочитат да работят от офиса.

В София те организираха виртуално събитие със Zero Waste, техния местен партньор за опазване на околната среда и на него присъстваха повече от 100 служители. Друга инициатива, свързана с

тяхната стратегия за благосъстояние, докато работят отдалечено, беше уебинар с Human Dynamics, техен доставчик на помощ за служители - на него присъстваха повече от 70 души.

В деня на Пейсейф над 2000 служители в световен мащаб се присъединиха, когато Пейсейф отличи 309 повишения, посрещна 169 нови членове от март, благодари на дългогодишните си служители и обяви 31 победители в Rewards Club. За да се улесни по-добре комуникацията между екипи на различни места, те създадоха специален канал на Пейсейф Day Teams, който беше изключително популярен сред служителите с 2812 членове. В София присъстваха 626 души.

ЦЕЛИ

На 16 март Пейсейф взе бързо решение да затвори глобалната си мрежа от офиси и да премести всички 3400 служители на дистанционна работа в отговор на пандемията COVID-19. Преди това само няколко служители работеха дистанционно и програмата и културата за ангажираност бяха съсредоточени около офисите, събитията и партита. Това беше духът на Пейсейф и те бяха загрижени да поддържат това в отдалечена работна среда.

Миналата година компанията стартира „Пейсейф Day“. Цели:

- Увеличаване на ангажираността на служителите и чувството за свързаност с тяхната глобална работна сила;
- Фокусиране върху доброто физическо и психическо състояние на служителите, така че хората да усетят, че Пейсейф проявява истински интерес и грижа към тях;
- Гарантиране, че дългосрочните служители са получили еднакво признание като предишните години;
- Признателност за лоялност и висока стойност чрез награди за дългогодишен опит;
- Стимулиране на по-добро разбиране на бизнес представянето.

Стратегия :

- Изменение на каналите и дейностите от популярните събития лице в лице към виртуални събития, но без да губим лидери, които служителите са свикнали да виждат;
- Комуникация по-често през целия ден, разгръщайки екипите на Microsoft, с които хората бяха свикнали;
- Програма за благосъстояние на служителите, която се фокусира върху физическото и психическото здраве;
- Информирание на хората за бизнес представянето и стратегията.

Тактика :

- Виртуални офиси;
- Внимателно съгласувания график с изпълнителния директор показа, че поредица от шест регионални „виртуални офиси“ стартираха Пейсейф Day за всички служители, започващи в Хайдерабад, Индия и завършващи в САЩ. Там се обявиха местни повишения и най-добри служители, обявиха се парични награди на живо, показаха признателност за дългогодишните служители и предоставиха актуална информация за бизнеса. Тази година, за да увеличи вълнението, Пейсейф проведе и лотария, която беше отворена за всички,

които са получили и четирите ни значки за ценности през последната година. Имената бяха показани на екрана и на всяко събитие бяха изтеглени още две имена.

Уелнес полуден :

Следобед за „уелнес полуден“ - организиране на уелнес дейности по желание, в които служителите могат да вземат участие. Тези дейности са насочени към физическото и психичното здраве и могат да варират от класове за приготвяне на коктейли, медитация, спорт, йога и други. Благосъстоянието се възприема по различен начин: за някои това е прекарване на повече време с децата, за други е насочване на енергията в упражняване на някакво хоби или просто да си почиват. Така, че ако хората предпочитат просто да си почиват следобед, това е наравно насърчавано с всички останали форми на разпускане и прекарване на свободното време, стига да споделят снимки!

Специализиран екипен канал и репортажи на живо :

Екипите бяха пуснати през април 2020г. и създадоха канал на „Пейсейф Деня“, към който бяха добавени всички служители. Там те публикуваха съобщения от всеки офис, насърчиха екипите, включително изпълнителния директор, да публикува и отговаря на съобщения и помолиха хората да споделят снимки за това как прекарват следобеда си.

За да се увеличи вълнението, имаше поле за информация в реално време, което се актуализира през целия ден, съобщавайки за предстоящи дейности или насочвайки хората към канала Teams, за да наваксат с най-новата информация.

Целта е да се даде възможност на всички да видят как колегите им празнуват, така че се изготвя видеоклип, включващ изображенията, изпратени от служителите. Клипът е изключително популярен с гледаемост от 81% от служителите.

РЕЗУЛТАТИ

Инициативата „Пейсейф Денят“ има невероятен успех. На следващия ден, въз основа на резултатите от текущо проучване, резултатът от измерената ангажираност на служителите се е увеличил с две точки до 78, а резултатът по отношение на ефективността на „свързаните дистанционно“ се увеличи с няколко точки до 77.

Компанията успешно възнагради най-добрите изпълнители и ги показа в канала на Teams и чрез видео, за да им даде признанието, което заслужават. След това резултатът от „чувството за признание“ се увеличи с 3 точки до 82 в цялата организация.

Ето някои от отзивите:

„В изцяло нов екип съм и прекарването на време с мои колеги, играейки игри с тях, има много предимства в създаването на екипа. Това дава възможността да се смеем и забавляваме заедно, „Пейсейф Денят“ повдигна настроението ни по различен начин. Благодарен съм!“

„Изключително интересно, екипно и лично събитие. Благодарим на всички организатори и ExCo за това, че изживяхме нашия специален ден. Беше като глътка свеж въздух!“

„Мислех, че е мина още по-добре от предходната година, дори и с предизвикателствата да бъдем във виртуална среда и отдалечени. Много добре организирано!“

„Наистина страхотен ден - много добре изпълнен и наистина изглежда, че се докосва до това, от което настроението на компанията се нуждае в момента. Поздравления и благодарности!“

Резултатът от усилията за подпомагане на адаптацията на служителите към дистанционната работа, осигуряване на инструменти за мениджърите за успешно управление на екипите им и поддържане на високи нива на мотивация и ефективност, се отчита благодарение на обратната връзка на служителите. Средната оценка на служителите в софийския офис по отношение на твърдението, че „Пейсейф върши добра работа по отношение на комуникацията със служителите“ е 81, при 78,6 за цялата компания и 61 - средна оценка за компаниите, използващи GLINT.

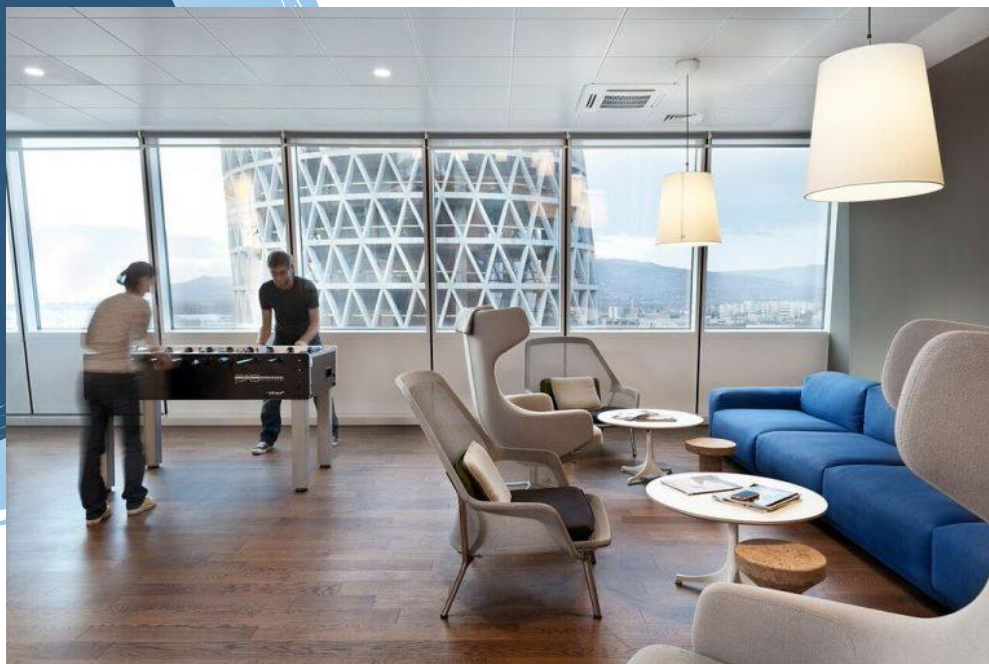
От април до октомври 2020 г. процентът на служителите в София, които са съгласни с твърдението, че „Пейсейф наистина се интересува от благосъстоянието на служителите“, се е увеличил със 17%, като в момента 83% от служителите са съгласни с това твърдение. Този резултат е с 3% над глобалното ниво в компанията, което поставя офиса в София на върха на класацията. 80% от служителите в София се чувстват свързани със своя екип, докато работят дистанционно, което също е с 3% над средното за компанията, 87% се чувстват продуктивни и 88% казват, че получават необходимата подкрепа от своя мениджър.

С напредването на есента Пейсейф проведе проучване сред своите служители, наречено Бъдещето на работата. 81% от служителите от София са участвали. Целта му е да проучи отношението на служителите към:

- работно място - дистанционно или от офис;
- кариерно развитие - развитие на умения и получаване на знания;
- благосъстояние - желани ползи, свързани с физическото и психическото здраве;
- лидерство - развитие на определени умения с промяната на работната среда;
- производителност - практики за нейното подобряване, както и за гъвкавостта на екипа;

Целта на това проучване е екипът по човешки ресурси да преосмисли дългосрочната си стратегия за създаване на възможно най-добра среда за своите служители, да създаде по-добри условия на труд спрямо новата реалност, да предостави повече възможности за развитие на хората в компанията и да се създават условия за повишаване на производителността.

МАТЕРИАЛИ



Снимка на офиса в София.

БИБЛИОГРАФИЯ

Интервю с маркетинг мениджъра на Пейсейф БЪЛГАРИЯ.

<https://m.economy.bg/featured/view/44188/Kakvo-e-da-rabotish-v-paysafe>

https://www.google.com/amp/s/www.capital.bg/biznes/kompanii/2017/09/19/3000781_peiseif_bulgariia_otlic_hnikut_na_globalnata_kompaniia/amp