

Wykorzystaj potencjał Internetu w HR – wejdź na www.HRweb.pl

Szturm frustratów

Jak wynika z analizy przeprowadzonej przez RR Communication Consulting, aż 44 proc. opinii pracowników o firmach, zamieszczanych na polskich forach internetowych, to wypowiedzi negatywne.

Jeżeli dodamy 22 proc. wypowiedzi zawierających zarówno pozytywne, jak i negatywne odniesienie do tematu, okaże się, że na głosy neutralne zostaje 24 proc. i zaledwie 10 proc. na pozytywne. W analizie uwzględniono 811 postów z forów dotyczących 16 firm, funkcjonujących w Internecie dłużej niż pół roku.

Narzekanie łączy

Zdaniem Romana Rostka z RR Communication Consulting, wypowiedzianie się na forum jest dla wielu pracowników formą odreagowania stresów, związanych z pracą. Stresy te mają przeważnie swe źródło w relacjach z przełożonymi i współpracownikami, stąd wiele negatywnych odniesień do firmowych społeczności. Wspólne narzekanie również bardzo integruje uczestników takich forów, dając im poczucie wspólnoty doświadczeń. Według Romana Rostka, ten aspekt „bycia razem” również wpływa na dominującą negatywną tonację wypowiedzi.

Nie do wiary

Czy w firmach jest tak okropnie, jak wynika z głosów na forach internetowych? – Intuicja każe nam sądzić, że nie może być aż tak źle. Przeglądając komentarze pod artykułami na portalach internetowych czy stronach gazet udostępnianych w sieci, nieraz zdumiewamy się, skąd w użytkownikach Internetu tyle agresji, żalów, podejrzliwości, uprzedzeń.

Zdaniem Norberta Kilena, konsultanta z firmy doradczej Think Kong, nikt nie przyjmuje bezkrytycznie anonimowych komentarzy zamieszczanych w Internecie. Zresztą nikt także nie ufa lukrowanym laurkom na temat firm, tworzonym przez ich działy public relations. Porównując to z relacjami między ludźmi w „realu”, nieodparcie bierzemy poprawkę na to, że anonimowość wyzwala opinie odbiegające daleko od normy.

– Czytając PR-owskie pochwały firmy, pamiętamy, że ktoś dostaje pensję właśnie za ich pisanie. Tak samo za postami pełnymi złości dopatrujemy się raczej zwolnionego za słabe wyniki handlowca, a nie dobrego i niesprawiedliwie ocenianego pracownika – mówi Norbet Kilen.

Być może z powodu tego braku zaufania nie zdobyły u nas olbrzymiej popularności serwisy zamieszczające anonimowe opinie o firmach (np. Pracadokitu.com, Opracodawcach.pl, od8do16.pl). Innym powodem było oczywiście zamykanie tych serwisów po interwencjach prawnych.

Potrzeba anonimowości

Miejsca w Internecie umożliwiające krytykę pracodawców są wykorzystywane głównie przez osoby, które nie mają okazji na wyżalenie się w „realu”.

– Większość krytycznych komentarzy dotyczy firm, które nie dały pracownikom możliwości zrobienia tego wewnątrz organizacji – mówi Anna Mikulska z firmy MJCC Employer Branding Consultants. – Tymczasem warto zastanowić się, jakie narzędzia zaproponować w tym celu pracownikom. Także dlatego, że daje to bardzo szerokie możliwości późniejszego wykorzystania uwag pracowników w celu poprawy miejsca pracy.

Wykorzystaj potencjał Internetu w HR – wejdź na www.HRweb.pl

Zdaniem Anny Mikulskiej, nie wolno zapominać, że w ślad za tego typu rozwiązaniami (np. skrzynką w intranecie, anonimowymi ankietami, specjalną skrzynką „skarg i wniosków” itp.) muszą iść działania naprawcze i otwarta komunikacja z pracownikami. W przeciwnym wypadku skończy się tak samo: krytyką tam, gdzie z pewnością znajdziemy kogoś, kto wysłucha żali pracownika.

Reagowanie i profilaktyka

Firmy są obecne w Internecie w opiniach różnych ludzi, niezależnie od tego, czy chcą, czy nie. Nie można się zatem obrazić. Nie sposób też udawać, że nie ma problemu, gdy szargany jest dobry wizerunek firmy albo dobra osobiste zatrudnionych w niej osób.

W przypadku ogólnodostępnego forum internetowego – jeśli dyskusja nie gaśnie samoistnie po kilku lub kilkunastu wpisach, dołączają nowi internauci i dyskusja niebezpiecznie się rozwija, należy przenieść dyskusję do firmy.

– Najpierw trzeba jednak rozwiązać problem, którego dotyczy dyskusja, a dopiero później zakomunikować o tym, ale już przez oficjalne wewnętrzne media firmowe – radzi Roman Rostek. – Jakakolwiek oficjalna wypowiedź na anonimowym forum internetowym byłaby jego uwiarygodnieniem. Jedynym rodzajem wpisu, który miałby uzasadnienie, jest zaproszenie pracowników do dyskusji wewnątrz firmy (na spotkaniu czy w intranecie).

Żeby jednak zmniejszyć ryzyko koniecznych i trudnych interwencji, warto pomyśleć o działaniach profilaktycznych. Według Romana Rostka, zapobieganie niewłaściwym zachowaniom zaczyna się często od opracowania polityki dotyczącej aktywności pracowników w Internecie. Oczywiście taki kodeks nie zapewni firmie uniknięcia wcześniej opisywanych problemów, ale dla dużej części, szczególnie najmłodszych pracowników, może mieć walor edukacyjny.

Zapobieganie to również budowanie takiej atmosfery w firmie, żeby przyczyn frustracji było jak najmniej. – Firmy często wiele robią dla marketingu rekrutacyjnego, a zapominają o działaniach marketingowych wobec zatrudnionych u siebie ludzi – mówi Anna Mikulska.

Paweł Berłowski