

Корпоративный Новый год как элемент командообразования

Как отметить корпоративный Новый год? На входе в бальную залу, освещенную факелами, стояли стражники с алебардами. Гостей встречала тонкая мелодия: девушка-арфистка перебирала пальцами струны старинного инструмента.

Лица пришедших - фей, рыцарей, принцесс, духов, шутов, чудовищ - закрывали маски. И вот веселье в самом разгаре: руки сплетаются в танце, все пьют душистый эль и смеются. Нет, это вовсе не съемки исторического блокбастера.

Таким неординарным способом сотрудники одной иностранной компании в Москве отмечали новый год. Сначала - новогодний бал-маскарад в подмосковном пансионате, вручение подарков, выступления лилипутов и иллюзионистов.

Затем съемки фильма, где каждый мог сыграть главную роль. И напоследок - фейерверк... Одним словом, встреча корпоративного нового года, организованного профессионалами.

А у вас принято отмечать праздники иначе?

Задумаемся?о том, как провести корпоративное торжество так, чтобы заряда положительных эмоций от него хватило на весь год, Существует ли какая-нибудь любимая российскими фирмами модель встречи нового года?

В большинстве своем, наши компании довольно непритязательны. Подарки, Дед Мороз с огромным красным носом, Снегурочка с параметрами 90*60*90, елка, море спиртного, коллективное распевание песен, разбитая посуда, и головная боль наутро.

Таким представлялся идеальный новый год большинству из россиян. Но если каждый из нас как следует призадумается, немного пофантазирует, наверняка ему в голову придут другие варианты.

Например, захочется встретить новый год не под елкой, а под баобабом, не с традиционным Дедом Морозом, а с чернокожим, который, ко всему прочему, является всемирно известным певцом. И для реализации этих фантазий существуют event-компании ...

Сегодня только в Москве несколько десятков праздничных компаний. Этот рынок неплохо развит в нашей стране. Конечно, нам еще далеко до Запада, где проведение корпоративных мероприятий - это целая индустрия.

Западные руководители давно поняли, как подобное внештатное веселье влияет на внутренний климат компании: сотрудники становятся гораздо ближе друг другу, превращаются практически в одну семью и, соответственно, легче и эффективнее срабатываются. И чем интереснее, чем необычнее корпоративное мероприятие, тем больше появляется сближающих факторов, возникает что-то вроде психологической зависимости от коллектива: сотрудник начинает осознавать, что работа стоит того, чтобы тратить на нее еще больше сил и времени.

А как часто принято проводить корпоративные мероприятия в отечественных компаниях? Обычно праздники проводятся минимум два раза в год.

Летом - как правило, это день рождения компании, который отмечают где-нибудь на природе, в загородном пансионате или во время речного круиза и зимой, под новый год или хотя бы заказывают новогоднее оформление офиса. Но некоторые фирмы - в основном иностранные представительства - радуют своих сотрудников гораздо чаще.

Весело отмечаются "традиционные" советские праздники - 8 марта и 23 февраля, устраивается вечер ужасов на Хэллуин и "ночь любви" на День Святого Валентина. И, конечно же, стоит сказать о юбилеях сотрудников, о системе наград и поощрений (например, в номинации "Самый продающий", "Самые креативный" и т.п.). Все круглые даты в компании и мероприятия, проводимые с целью отметить самых выдающихся сотрудников, требуют особого, творческого подхода.

Неужели обязательно нужно прибегать к посторонней помощи, чтобы устроить действительно необычный праздник? Если за организацию корпоративного праздника возьмутся непрофессионалы, не имеющие богатого опыта в этой области, они неизбежно столкнутся с множеством трудностей: как найти подходящее место, просчитать и проверить все детали, как решить транспортные проблемы, подобрать подходящих артистов и, конечно же, уложиться в выделенный бюджет.

Можно для эксперимента проследить за какой-нибудь компанией решившей, скажем, впервые организовать корпоративный новый год. Первое, что они поймут - это то, что проводить-то торжество негде - скорее всего, все подходящие места (отели, рестораны, пансионаты) будут давным-давно забронированы другими...

Лучше всего планировать празднование корпоративного нового года в начале осени, в крайнем случае - в октябре-ноябре. Иначе почти наверняка не успеете "занять" нужное место и "забронировать" артистов.

Ну а если вы все-таки опоздали - тогда уж точно без профессионалов не обойтись. Стоит обратить внимание на сроки подготовки предложения, уровень менеджмента, творческие идеи и, конечно же, цены агентства. Кроме того, у каждой компании есть свои самые сильные стороны.

Например, работа с открытым бюджетом, очень небольшие комиссионные?или огромное количество нестандартных предложений.

Найти наиболее полную информацию о компаниях, предоставляющих услуги по проведению корпоративных мероприятий можно,?пожалуй, через справочники и Интернет. Для целевого поиска места проведения подходят тематические справочники по отелям, ресторанам, ночным?клубам, пансионатам Москвы и Подмосковья.

Несколько сложнее с подготовкой программы - ведь для организации даже самой простой из них вам потребуется минимум 5 различных, так сказать, контрагентов, имея в виду Деда Мороза со Снегуркой, DJ, аппаратура, ведущий (если не ДМ), аренду тройки лошадей или автотранспорта, а также хотя бы один интерактивный номер. Здесь два варианта: либо вы опрашиваете всех своих знакомых на предмет выяснения их опыта взаимоотношений с Дедами Морозами, либо обращаетесь в специализированное агентство, которое имеет всех основных Дедов Морозов Москвы у себя в каталоге, так что вам будет из чего выбирать.

К основным изменениям в отношении проведения праздников в профессиональной среде, произошедшим?в последние годы, можно отнести тот факт, что?компании стали более сознательно принимать решения в планировании мероприятия и выборе программы. Если изначально - а корпоративные праздники стали нормой для российских компаний в середине 90-х - компаниям хотелось бы на празднике максимально пафосными и претенциозными, что объяснялось относительно невысокой корпоративной культурой и заниженной самооценкой компании как бизнес-структуры руководства компании, так и ее сотрудниками, то теперь, пройдя этап взросления и окрепнув, компаниям требуются более интерактивные решения по проведению

праздничных мероприятий.

То есть, если раньше было модным сказать, что у нас, мол, на Новый год, выступали Алла Пугачева и Филипп Киркоров, например, то теперь становится высшей ценностью сказать: "Наша компания - самая сплоченная команда (на рынке)!" И, надо, полагать, самая эффективная, и это понимание необходимо, из соображений как внутреннего (сотрудники), так и для внешнего (клиенты, журналисты, акционеры) пиара. Таким образом, если мы начинали с примерно 3-5 элементов в развлекательной программы - оркестрик, Дед мороз, вручение призов, ведущий, и дискотека в финале (банкет подразумевается всегда), то в последние пару лет она усложнилась до 10-15 элементов. Можно перечислить полный пакет: первые пять остаются как forever, дальше - горные лыжи, тюбинги, картинг, снегоходы, еще дальше - боулинг, бильярд, сауны, бассейн... можно продолжать и продолжать. При этом футшеты-банкеты, торжественные речи, призы и подарки остаются обязательными атрибутами, но не в коей мере не самоцелью, 7 лет похожих друг на друга как две капли воды, уже хватило.

Что же, в итоге, нужно сделать, чтобы новогодний праздник в кругу коллег стал незабываемым? Прежде всего - захотеть этого. А затем - сесть и помечтать всем коллективом на предмет "а чего ж нам не хватает-то для полного корпоративного счастья?" Таким образом, определив формат (она же концепция) будущего мероприятия, можно смело приступать к выбору места проведения с последующей разработкой программы, которая выведет вашу команду на новую высоту.