



**Ludzie to  
wyzwanie?**  
CROWDSOURCING  
to odpowiedź.



**CROWDSOURCING**  
**Co to takiego?**



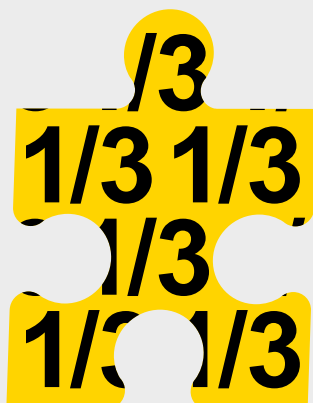


Poszukujesz sposobu na zaangażowanie w określone działanie szerokiej grupy ludzi? Skorzystaj z przełomowych narzędzi i innowacyjnych metod do komunikowania się z otoczeniem zewnętrznym oraz w ramach organizacji.

CROWDSOURCING to:

1. Technologia
2. Wiedza kogo i jak skutecznie zaangażować
3. Umiejętność przełożenia wyników projektu na efekty biznesowe

Dzięki **CROWDSOURCINGOWI** pozyskasz zdecydowanie większą ilość informacji, wiedzy lub treści niż tradycyjnymi metodami. Zmienisz tradycyjne podejście do realizacji projektów poprzez bezpośrednie zaangażowanie interesariuszy. To także szansa na stworzenie nowej jakości współpracy poprzez dialog, opiniowanie i wspólne generowanie pomysłów - otrzymasz bowiem elastyczne, efektywne i skalowalne rozwiązanie, które pomoże zrealizować potrzeby Twojej organizacji dostarczając wymierne wyniki.



Do 2020 r. **ponad 1/3 ogółu personelu firm będą stanowić millenials**. Media społecznościowe już nie są postrzegane jako czynnik rozpraszający w pracy. Mogą stanowić wartościowe narzędzie do podniesienia produktywności.

Pracodawcy nie nadążają za wzrostem kompetencji pracowniczych - nie robią najlepszego użytku z ich potencjału. Najmłodsze generacje skupiają się na multidyscyplinarnych umiejętnościach polegających na łączeniu wiedzy z różnych dyscyplin.

Pracodawcy, którzy będą w stanie wykorzystać kreatywność pracowników, wygrają wyścig o najlepsze talenty.

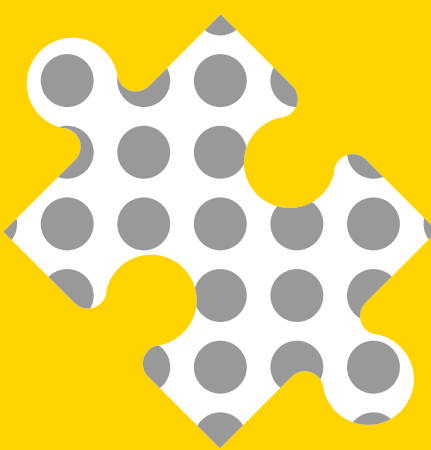
Źródło: <https://betterworkingworld.ey.com/better-questions/social-media-engagement>



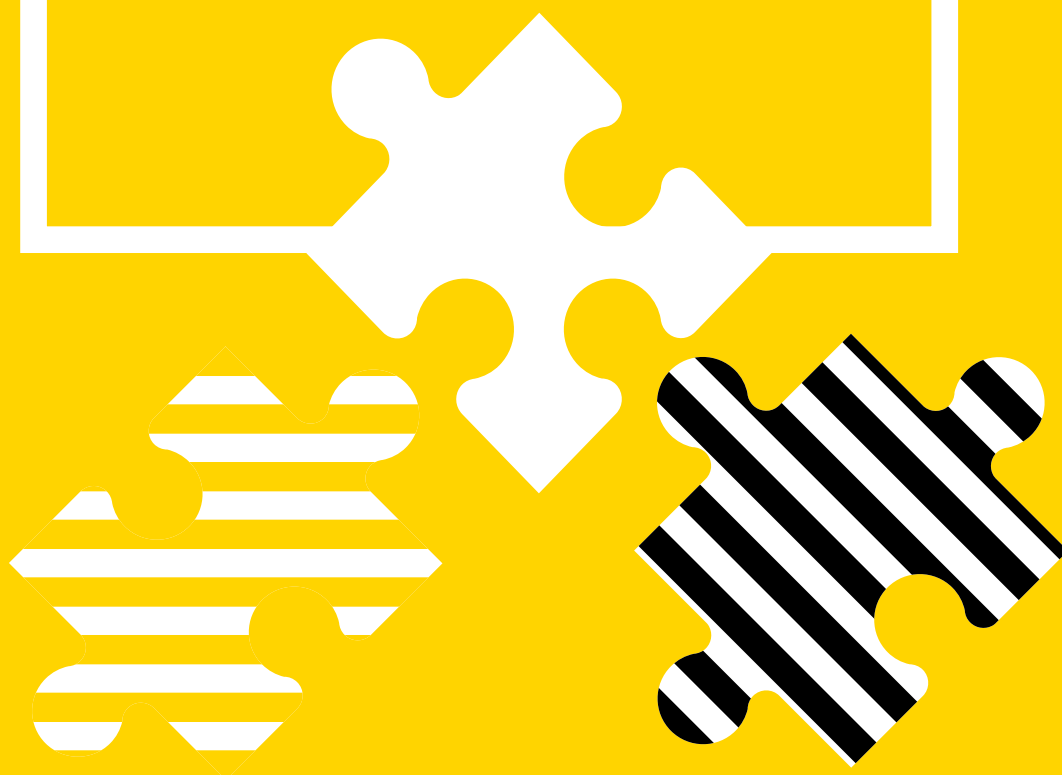
Zgodnie z analizą jednej z największych firm doradczych w zagadnieniach strategiczno - technologicznych (Gartner) w ciągu najbliższych 2 lat co najmniej **75% najdynamiczniej rozwijających się przedsiębiorstw** będzie używało CROWDSOURCINGU.

Źródło: Predicts 2015: Sourcing Strategies Shift From 'Built to Last' to 'Built to Adapt', Gartner





# Wykorzystanie CROWDSOURCINGU



## REKRUTACJA I EMPLOYER BRANDING

Tworzenie nowoczesnych i atrakcyjnych procesów rekrutacji oraz komunikacji z przyszłymi pracownikami

Budowanie employee value proposition (EVP) i wspieranie Employer Brandingu

Przyjazny onboarding **nowych pracowników**

Budowanie organizacji:

- ▶ Spójnej z wartościami, z którymi chcą się identyfikować pracownicy
- ▶ Dążącej do jasno określonego celu (purpose-led organization)

## HR STRATEGICZNYM PARTNEREM BIZNESU

Programy **społecznej odpowiedzialności biznesu** (CSR)

Rozwój kreatywności, zaangażowania, współpracy i lojalności wśród pracowników

Pozyskiwanie inspiracji do rozwoju nowych produktów, zmiany procesów (np. obsługi klienta), czy tworzenia projektów racjonalizatorskich

Budowanie strategii firmy poprzez **współuczestnictwo** (empowerment)

## TALENT MANAGEMENT

Wyszukiwanie talentów wewnątrz organizacji (ongoing assesment center)

Zbadanie potrzeb pracowników dotyczących m.in. tematów diversity, inclusiveness, wsparcia kobiet w karierze

Usprawnienie/ Umożliwienie prowadzenia programów mentoringowych z wykorzystaniem platformy on-line



## PROGRAMY / PROJEKTY HR

Zwiększanie satysfakcji pracowników z miejsca pracy i ich przywiązania do organizacji poprzez angażowanie ich we współtworzenie przestrzeni biurowej, uwzględnianie ich potrzeb w ofercie programów benefitów i szkoleń oraz zadbanie o well-being

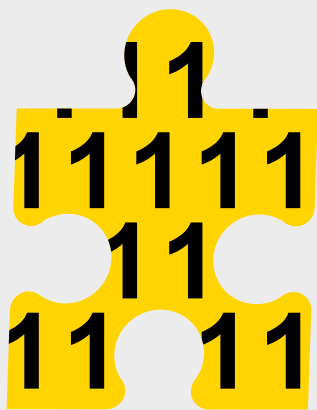
Możliwość angażowania użytkowników w wyzwania tematyczne dotyczące np. komunikacji wewnętrznej, bezpieczeństwa pracy, eventów integracyjnych. Efektywne przeprowadzanie ankietowych badań pracowników

Zwiększenie potencjału organizacji i jej pracowników, poprzez dzielenie się wiedzą (knowledge sharing), współpracę i integrację zespołów

Wsparcie procesu wyboru laureatów konkursów pracowniczych



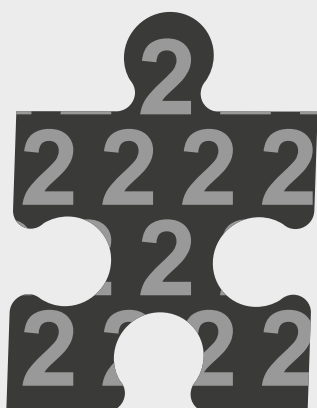
**Dlaczego warto  
pracować z EY  
CROWDSOURCING?**



## Zdiagnozuj wyzwanie - ustalmy czy CROWDSOURCING przyniesie rozwiązanie

Porozmawiajmy o wyzwaniach z którymi się mierzy Twoja firma i sprawdźmy czy można je rozwiązać angażując pracowników czy inną grupę odbiorców za pomocą platformy CROWDSOURCINGOWEJ.

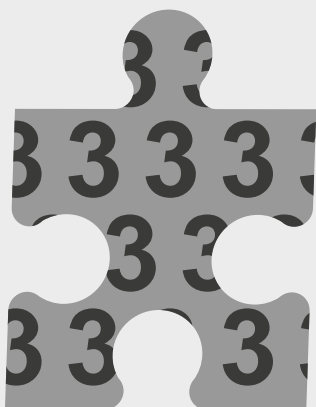
Pomogliśmy już innym firmom rozwiązać wyzwania z obszaru HR. Czas na Ciebie! Zaangażuj nas i sprawdź nasze możliwości.



## Opracuj metodę działania

Każda organizacja powinna opracować indywidualne podejście do procesu i stworzyć ramy, w których pracownicy wszystkich szczebli będą chętnie i otwarcie dzielić się pomysłami.

Zaangażowanie zewnętrznej, doświadczonej w takich inicjatywach firmy gwarantuje wysoki obiektywizm, pełną niezależność i anonimowość.



## Dobierz odpowiednie rozwiązanie technologiczne

W zależności od celu realizowanego projektu oraz charakterystyki grupy docelowej, istotne jest dobranie wszystkich funkcjonalności tak, aby umożliwiły jak najpełniejsze zaangażowanie pracowników w różnych formach. Decydując się na wdrożenie CROWDSOURCINGU, weź pod uwagę także kwestie bezpieczeństwa danych i pozyskanych informacji oraz kwestie prawne.

Nasza technologia jest sprawdzona na setkach projektów i w pełni bezpieczna.



## Inspiruj, animuj, moderuj

Na każdym etapie społeczność powinna czuć wsparcie ze strony organizatora, który jest dostępny w przypadku ewentualnych pytań, inspiruje, gdy zaangażowanie jest niższe niż planowane, animuje i zachęca do dzielenia się pomysłami.

Wyręczymy Cię w tym. EY CROWDSOURCING oferuje wsparcie na każdym etapie projektu.



# **Przykłady i efekty zastosowania CROWDSOURCINGU**





## Cel



## Rozwiązanie

### Onboarding

Usprawnienie procesu wdrażania nowych pracowników w ich obowiązki.



Wykorzystując wewnętrzną platformę angażowania pracowników, firma ma okazję pozyskać insighty od znaczącej grupy osób, która przeszła przez ten proces. Zgłoszone **pomysły**, na to jak usprawnić wdrażanie pracowników, **będą bazowały na doświadczeniu praktyków**.

### Rozwój nowych produktów

Wykorzystanie potencjału i wiedzy zgromadzonej w organizacji w rozwoju usług, produktów i zwiększeniu współpracy pomiędzy zespołami.



Nasz system gamifikacji i nagradzania umożliwia angażowanie pracowników w wyzwania o charakterze biznesowym. Użytkownicy z różnych działów proponują rozwiązania problemów, które stoją przed firmą. **Otrzymujemy dzięki temu różne punkty widzenia, możliwość głosowania na najlepsze pomysły i wspólne ich rozbudowywanie.** W efekcie ułatwia to pozyskanie najlepszej koncepcji.

### Przestrzeń biurowa

Firma z sektora budowlanego planowała zmianę układu i aranżacji biura. Zdecydowała się zaangażować pracowników we wspólne tworzenie nowej przestrzeni.



Na wewnętrznej platformie dla pracowników opublikowaliśmy **wyzwania**, w ramach których **użytkownicy proponowali swoje pomysły na aranżację i funkcje** wspólnych przestrzeni biurowych: kafeterii, sal spotkań, kuchni. Najlepsze z nich zostały zrealizowane w trakcie remontu biura.

### Pozyskiwanie talentów i employer branding

Promocja marki pracodawcy. Usprawnienie procesu wyszukiwania, wyłaniania talentów i rekrutacji pracowników. Wzrost efektywności i zasięgów.



**Stworzenie platformy**, na której użytkownicy mają możliwość zmierzyć się z szeregiem wyzwań odpowiadających profilowi pracowników, jakich poszukuje ich organizacja.

## Efekty zastosowania CROWDSOURCINGU



### Zwiększenie pracowniczego ROI

Lepsza współpraca i satysfakcja pracowników z pokoleń Y i Z

Budowanie lepszych relacji pomiędzy pracownikami

Pozyskanie pomysłów w obrębie zasobów wewnętrznych

Otrzymanie rekomendacji dotyczących zwiększenia efektywności procesu wdrażania pracowników

### Sprawdzenie kompetencji pracowników w praktyce

Zidentyfikowanie liderów grup, ekspertów i ambasadorów firmy

Podniesienie motywacji pracowników:

- ▶ Wzbogacenie codziennej pracy o ciekawe aktywności
- ▶ Wprowadzenie elementów grywalizacji i tworzenie poczucia wyjątkowości wśród pracowników

### Zwiększenie przywiązania do miejsca pracy

Poznanie prawdziwych potrzeb i oczekiwań pracowników, które często nie mają szansy być wypowiedziane

## Czyje cele realizuje zastosowanie CROWDSOURCINGU



Zarządów organizacji

Liderów zespołów

Dyrektorów sprzedaży

Dyrektora HR i menedżera odpowiedzialnego za rekrutację oraz diversity & inclusiveness

Dyrektora administracji / operacyjnego (COO)

Dyrektora ds. komunikacji wewnętrznej



**Dobry  
pracownik to  
zaangażowany  
pracownik**

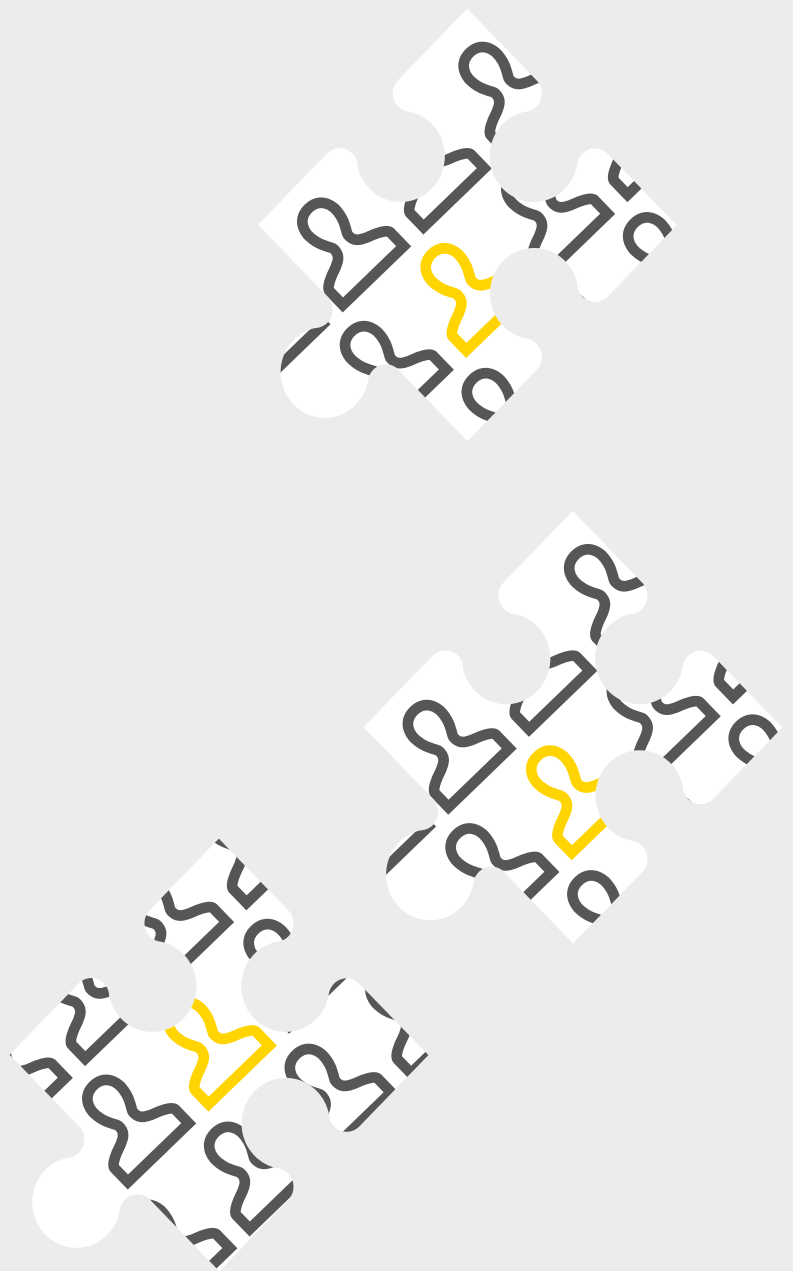



To w pracownikach często drzemią nieodkryte talenty i to właśnie oni mogą być źródłem innowacji, świeżych pomysłów, unikalnych rozwiązań.

Mając taką wiedzę **EY Crowdsourcing** wdraża nową usługę dla biznesu - platformy wewnętrzne angażowania pracowników i pobudzania innowacyjności. Dzięki odpowiednim technologiom i metodyce, usługa wspiera proces tworzenia nowych, efektywnych rozwiązań wewnątrz firm - od zbierania pomysłów od pracowników w modelu crowdsourcingowym, poprzez analizę i selekcję, po opracowanie projektów i rozwiązań gotowych do wdrożenia.

Wewnętrzna innowacja prowadzona w takim modelu pozwala osiągać wymierne efekty finansowe, chroniąc firmę przed zagrożeniami ze strony konkurencji.

Jednocześnie proces ten pomaga zidentyfikować i rozwijać talenty, oraz zwiększyć zaangażowanie i efektywność pracowników. Pozwala wprowadzać ożywczą odmianę od codziennej pracy, ułatwia komunikację i pracę zespołową - przyczyniając się do pozytywnej zmiany kultury pracy.





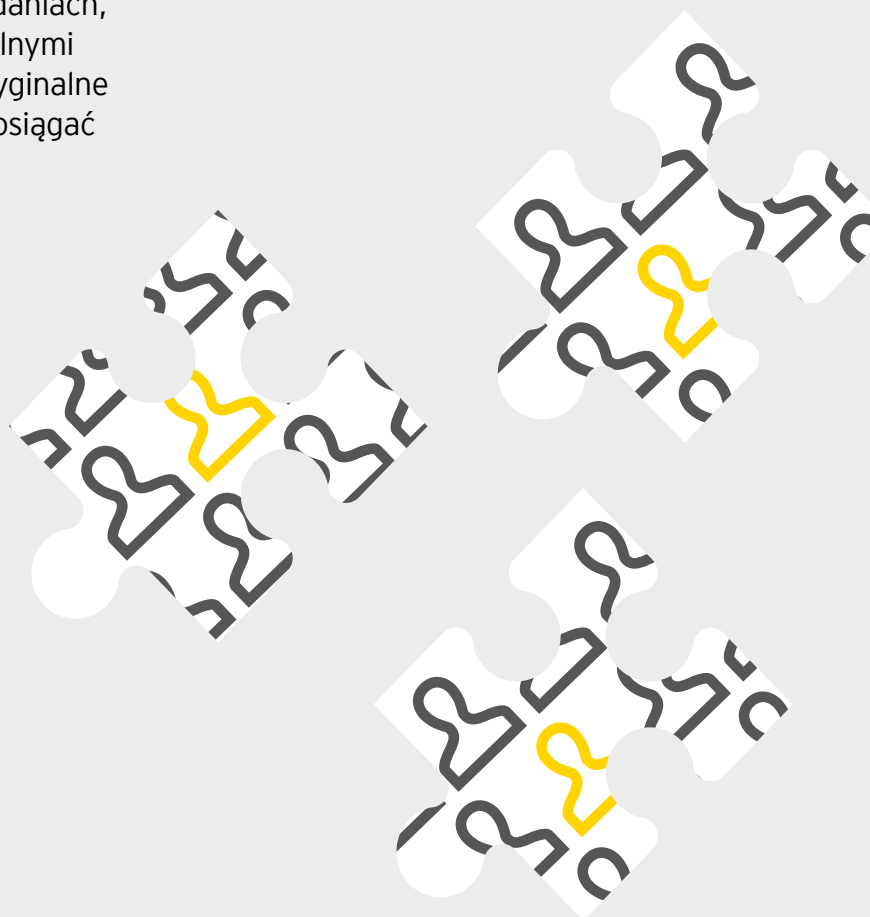
# **Innowatorzy dla biznesu - nowa platforma EY Crowdsourcing**



Pozyskiwanie wartościowych, innowacyjnych i kreatywnych pracowników to dziś ogromne wyzwanie.

Jak robić to skutecznie?

Odważne, innowacyjne i jedyne w swoim rodzaju pomysły rodzą się w umysłach młodych ludzi. Dlatego właśnie EY uruchomił unikalną platformę **MillionYou.pl** - narzędzie do nowoczesnego employer branding i komunikacji pomiędzy firmami a potencjalnymi kandydatami na pracowników. Jest to swoisty pomost pomiędzy biznesem, studentami i uczelniami.

Na platformie potrzeby biznesu spotykają się z kreatywnością młodych ludzi, którzy mogą zdobywać referencje, wygrywać nagrody i realizować swoje pasje. W funkcjonowanie platformy zaangażowani są wykładowcy ze szkół biznesowych, uniwersytetów oraz politechnik. Dzięki temu studenci mogą uczestniczyć w ciekawych zadaniach, poznać daną branżę, firmę, mierzyć się z realnymi wyzwaniami zawodowymi i biznesowymi. Oryginalne rozwiązania i pomysły studentów pozwalają osiągać biznesowy sukces nawet znanym markom i dużym firmom. Jest to pierwsza tego typu inicjatywa w Polsce.





**Spółecznościowa  
platforma  
angażowania  
sposobem  
na szczęście  
pracowników**

### PROBLEM

Firma z branży usług telekomunikacyjnych zatrudniająca tysiące pracowników w całej Polsce boryka się ze słabnącym zaangażowaniem i satysfakcją pracowników, co potwierdzają coroczne badania. Nakładają się na to problemy dotyczące komunikacji - centrala nadaje ton, ale informacje rzadko docierają na czas do osób spoza centrali. Narasta poziom niezadowolenia pracowników, rotacja.

Pracownicy skupieni są wyłącznie na wynikach, komunikują brak czasu na refleksję, szkolenia, rozwój czy budowanie relacji ze współpracownikami. Dodatkowo pracownicy obawiają się nadchodzących zmian związanych z robotyzacją, która może się przełożyć na redukcję zatrudnienia.

Co więcej, cała firma ma już tyle systemów i procedur, że poznanie ich nierzadko zajmuje nowym pracownikom nawet pół roku. W firmie współfunkcjonują osoby 50+, pojawia się coraz więcej Millenialsów i Z-etów. Tworzą się „pokoleniowe silosy”.

Kierownictwo wierzy, że potencjał tkwi w ludziach, ale nie ma pomysłu jak go odkryć, ujawnić i przełożyć na działania i efekty, które mogą przynieść w przyszłości strumień nowych przychodów. Uruchomiono program, w ramach którego do skrzynek można wrzucać ciekawe pomysły, ale skrzynki świecą pustkami...

### ROZWIĄZANIE

Jednym ze zdiagnozowanych problemów był brak zaangażowania i platformy komunikacji, współpracy. Krótkoterminowe twarde cele zdominowały zakres obowiązków i priorytety pracowników nie zostawiając pracownikom pola na kreatywność, refleksję, „wejście w buty klienta” i współpracę.

### CZY MOŻNA TO JAKOŚ PRZEŁAMAĆ?

Rozwiązaniem jest społecznościowa (crowdsourcingowa) platforma angażowania pracowników, zintegrowana z wewnętrznymi systemami firmy. Metoda ta bazuje na pomysłach outsourcingu problemu do szerokiej grupy ludzi (tu: pracowników) i zaangażowania ich w rozwiązanie wyzwań. Całość dopełnia system ciekawej, wyróżniającej się komunikacji i oryginalnych zachęt / nagród.

Cały projekt poprzedzony jest warsztatami, podczas których diagnozowane są przeszkody, które dotychczas nie pozwalały pracownikom na angażowanie się w tego typu inicjatywy. Ważne, aby proces ten został przeprowadzony przez niezależne osoby, tak, aby pracownicy mogli otworzyć się bez obaw i przekazać szczerze informacje. Od tego bowiem zależy sukces dalszych etapów. Nie bez znaczenia są tu także wnioski z poprzednich prób wprowadzenia wewnętrznych programów dla pracowników, jak również obserwacje co do stylu dotychczasowej komunikacji, sposobu nagradzania pracowników za dodatkowe starania, etc.

Następnie grupa projektowa wraz z przedstawicielami firmy wypracowuje tematy, wokół których chciałyby zaangażować pracowników i obszary, w których chciałyby pozyskać podpowiedzi, czy pomysły. Mogą być to, np. ciekawe sposoby na zwiększenie satysfakcji i lojalności klientów, pomysły na nowe elementy produktu/ usługi, usprawnienia procesowe czy działania CSR.

### DLACZEGO WARTO ZAANGAŻOWAĆ FIRME, KTÓRA REALIZOWAŁA JUŻ TAKIE PROJEKTY?

Bo to nie są proste projekty. A dodatkowo, zazwyczaj nie można sobie w tak delikatnych obszarach pozwolić na porażkę w postaci braku sukcesu.

## STRATEGIA ANGAŻOWANIA, KTÓRA DZIAŁA

---

W dzisiejszych czasach wszyscy są bardzo zajęci, jest wiele alternatyw, pochłaniaczy czasu, różni gracze konkurują o nasz czas, który nie jest z gumy. Standardowe plakaty apelujące o innowacyjność i skrzynki pomysłów, czy ankiety, nie zadziałają. Trzeba zbudować całościowy system angażowania, regularnie go zasilać i pobudzać pracowników nowymi bodźcami, np. moderacją, zachętami, eventami, materiałami video, innymi niestandardowymi sposobami komunikacji, np. poprzez social media czy intranet. Jeśli jakiś element się nie sprawdza, należy go modyfikować i wdrażać plan B.

Firma, która przeprowadziła setki tego typu projektów ma większe szanse na osiągnięcie pożądaných efektów. Dobrze działa tu też efekt kogoś z zewnątrz, ze świeżymi pomysłami. Pozwala to przełamać fiksacje, które mają osoby „z wewnątrz”. A w efekcie zaangażować szerokie rzesze pracowników. I móc ogłosić sukces projektu.

## PRZYJAZNA, GOTOWA TECHNOLOGIA

---

Wypracowanie własnej technologii tj. platformy, która będzie intuicyjna i przyjazna dla pracowników zgłaszających pomysły, komentujących je, ale też grupy projektowej, przedstawicieli zarządu mających w sposób sprawny zgłoszone pomysły oceniać, agregować i decydować co do ich potencjału wdrożeniowego, to ogromna inwestycja czasowa i finansowa. A niedostosowana technologia, której pracownicy nie chcą używać może zniweczyć wszystkie chęci i wysiłki. Warto skorzystać z dobrych, sprawdzonych wzorców.

## EFEKTY?

---

- ▶ Wyłonienie talentów, osób, które myślą nieszablonowo, mają ciekawe innowacyjne pomysły albo zdolność konstruktywnego rozbudowywania zgłoszonego przez kogoś pomysłu, liderów opinii, ambasadorów pomysłów
- ▶ Oddolne angażowanie o potencjale „kuli śnieżnej”
- ▶ Świeżość pomysłów, wyjście z fiksacji - otwarcie na przełomowe rozwiązania, pozwalające wyprzedzić konkurencję
- ▶ Pokazanie, że zarządowi autentycznie zależy na angażowaniu pracowników, ich rozwoju i samorealizacji, a jednocześnie zapewnieniu różnorodności, radości w pracy - wyższego poziomu zadowolenia i szczęścia
- ▶ Wdrożenie konkretnej inicjatywy przynoszącej efekty i pomysły o potencjale wdrożeniowym, który można zmierzyć
- ▶ Przekazanie inicjatywy, kanału komunikacji i współpracy, danie wpływu na rzeczywistość biznesową pracownikom
- ▶ Dodatkowy wyróżniający element propozycji wartości dla pracownika, czyli korporacyjnego EVP (*employee value proposition*) - ciekawy innowacyjny benefit pracowniczy przyciągający wartościowych kandydatów do pracy

Zdecydowanie inwestycja, która się opłaca.





Zrealizowaliśmy ostatnio wiele działań, których celem było usprawnienie komunikacji wewnętrznej. Platforma CROWDSOURCINGOWA jest nowoczesnym i intuicyjnym narzędziem ułatwiającym ich realizację. Nie tylko wspiera współpracę pomiędzy pracownikami, ale również ułatwia i przyspiesza pozyskiwanie od nich innowacyjnych pomysłów i informacji zwrotnych, wpływających na nasze decyzje biznesowe.



**Prezes firmy z sektora budownictwa  
infrastrukturalnego o EY CROWDSOURCING**

## Kontakt



**Jan Kasprzycki-Rosikoń**  
Associate Partner, EY Crowdsourcing

Tel. +48 22 557 82 90  
Tel. kom. +48 789 407 472  
jan.kasprzycki-rosikon@pl.ey.com



**Joanna Kasprzycka-Rosikoń**  
Open Innovation Leader w EY  
Crowdsourcing

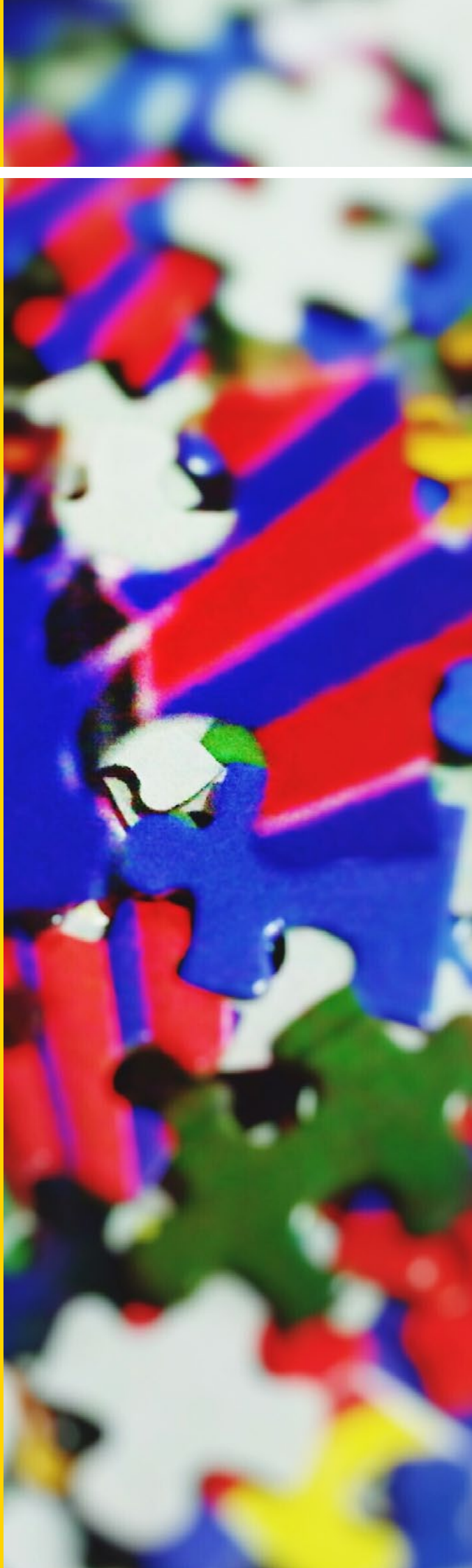
Tel. +48 22 557 68 80  
Tel. kom. +48 789 407 474  
joanna.kasprzycki-rosikon@pl.ey.com



**Eliza Skotnicka**  
Starszy Menedżer, People  
Advisory Services

Tel. +48 22 557 75 03  
Tel. kom. +48 502 690 335  
eliza.skotnicka@pl.ey.com

[www.engagement-wave.com](http://www.engagement-wave.com)  
[www.innovation-wave.com](http://www.innovation-wave.com)





#### O firmie EY

EY jest światowym liderem rynku usług profesjonalnych obejmujących usługi audytorskie, doradztwo podatkowe, doradztwo biznesowe i doradztwo transakcyjne. Nasza wiedza oraz świadczone przez nas najwyższej jakości usługi przyczyniają się do budowy zaufania na rynkach kapitałowych i w gospodarkach całego świata. W szeregach EY rozwijają się utalentowani liderzy zarządzający zgranymi zespołami, których celem jest spełnianie obietnic składanych przez markę EY. W ten sposób przyczyniamy się do budowy sprawniej funkcjonującego świata. Robimy to dla naszych klientów, społeczności, w których żyjemy i dla nas samych.

Nazwa EY odnosi się do firm członkowskich Ernst & Young Global Limited, z których każda stanowi osobny podmiot prawny. Ernst & Young Global Limited, brytyjska spółka z odpowiedzialnością ograniczoną do wysokości gwarancji (company limited by guarantee) nie świadczy usług na rzecz klientów.

Aby uzyskać więcej informacji, wejdź na [www.ey.com/pl](http://www.ey.com/pl)

EY, Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa

© 2018 EYGM Limited.  
Wszelkie prawa zastrzeżone.

SCORE: 00054-162

[ey.com/pl](http://ey.com/pl)

[ey.com/pl/crowdsourcing-people](http://ey.com/pl/crowdsourcing-people)

[engagement-wave.com](http://engagement-wave.com)

[innovation-wave.com](http://innovation-wave.com)

#### EY Crowdsourcing

EY Crowdsourcing jest właścicielem marki MillionYou - pierwszej i największej w Polsce platformy crowdsourcingowej, która łączy autorską technologię i dedykowaną metodologię angażowania społeczności do generowania innowacyjnych pomysłów, współtworzenia contentu i realizowania kampanii z udziałem konsumentów.

Od 10 lat realizuje projekty angażujące pracowników, ekspertów, twórców kreatywnych, konsumentów i mieszkańców miast. Pracuje dla klientów z różnych sektorów m.in. energetycznego, publicznego, FMCG, finansowego, czy telekomunikacyjnego. Wspiera ich na każdym etapie realizacji projektu - od koncepcji i strategii, poprzez kreację, rekrutację i zarządzanie społecznościami, po technologię i opracowanie rekomendacji do dalszego działania.