



Формуляр

Кандидатура за категория : НАЙ-ДОБЪР HR ПРОЕКТ НА МСП ЗА 2014 ГОДИНА

Компания	OrderDynamics (eCommera EOOD)
Лице за контакт	Любомир Чолаков
Позиция	Управител

- Моля, опишете мотивацията си да участвате в посочената от вас по-горе категория, както и защо смятате, че заслужавате да спечелите наградата в нея (*максимален обем до 1 страница*). Ако кандидатурата ви бъде включена сред финалистите за категорията, информацията от тази част от формуляра ще бъде публикувана на уебсайта на проекта.

OrderDynamics - Интегриран проект за развитие на лидерски умения, идентификация и комуникация на организационни ценности и промяна на бранда на компанията

OrderDynamics реализира стратегически значим за компанията проект през 2014 г. Промяната на пазарната среда, бързия растеж на бизнеса и придобиването на нова компания наложи цялостно ре-брандиране, идентифициране на общите ценности на екипа и реализацията на програми за развитието на лидерския потенциал с цел подобряване на екипната работа и поемането на нови отговорности в глобалната организация на екипа в България.

Вярваме, че споделянето на опита ни в реализацията на този стратегически проект ще допринесе значително на HR общността като покаже реалните бизнес резултати от осъществяването на интегрирани HR проекти. Уникалното през 2014 г. в OrderDynamics е възможността да се съчетае смяната на името на компанията с разширяване на фокуса към разработка на собствени продукти като допълнение на предоставянето на услуги за глобални ритейл компании, разширението на отговорностите на екипа в България със създаването на звено за управление на проекти за глобалните ни клиенти

1000 София, ул. "Княз Борис I" 49, тел: 950 10 90, 950 10 91, факс: 950 10 92,
e-mail: bapm@bapm.bg, web site: www.bapm.bg

и необходимостта от развитие на лидерски умения с оглед на бързия растеж и интеграцията на различни по култура екипи.

- Моля, посочете конкретни факти, подкрепящи вашата кандидатура. Ако кандидатурата ви бъде включена сред финалистите за категорията, информацията от тази част от формуляра ще бъде публикувана на уебсайта на проекта.

В периода от началото на годината, в рамките на проекта, бяха планирани и реализирани програми, фокусирани върху:

- Ре-брандиране на компанията с оглед новите реалности в бизнеса ни:
 - анализ на промяната в бизнес средата на компанията и необходимостта от адаптиране на бранд идентичността
 - избор на име, лого и разработка на бранд идентичност
 - вътрешна и външна комуникация на новия бранд
- Идентифициране на текущите и желаните бъдещи ценности на компанията
 - сесии на висшия мениджмънт на компания за идентифициране на “дълга листа” с желани бъдещи поведения и ценности на компанията с оглед промяната на бизнес средата
 - сесии на средния мениджмънт на компанията за необходимите промени в практиките, отношенията и поведенията на хората за “оживяването” на желаните бъдещи ценности
 - сесии с всички служители на компанията за дискутиране и идентифициране на водещите 3 ценности на компанията
 - комуникационен план за синхронизиране на промяната на бранда с идентифицираните от всички служители ценности на организацията
- Разработка и реализация на програма за развитие на лидерските умения в компанията
 - анализ на необходимостта и посоките за развитие на лидерските умения в организация
 - избор на партньор за реализация на програмата за развитие на лидерските умения
 - разработка на съдържание на програмата, фокусирано върху промяната в бранда и идентифицираните ценности на компанията
 - разработка на рамка за коучинг на участниците в програмата, който съпътства развитието на участниците в програмата между отделните й модули
 - план за развитие на лидерските умения сред по-широк кръг служители, извън участниците в програмата
- Интегриран план за вътрешни и външни комуникации
 - план за вътрешни комуникации
 - фасилитиране на сесии за идентифициране на ценностите с всички служители в компанията

- вътрешно анонсиране на новия бранд на компанията
 - идентифициране на “посланици на новия бранд”
 - организация на екипни събития за “оживяване” ценностите и новия бранд на компанията
 - Реализация на инициатива “4 Седмици Ре-брандинг” с различни изненади и подаръци за служителите на компанията
- план за външни комуникации на новия бранд
- разработка на различни формати съобщения за промяната спрямо различните аудитории и канали за комуникация