



„My jsme si vás jako svého zaměstnavatele nevybrali!“

Akvizice firem a přebírání zaměstnanců

PŘEDSTAVENÍ IBM

1911

1993

140 USD

1993-2012: 67 000

14/50

5

350 000

ABY SE DOMLUVENÉ MANŽELSTVÍ PŘEMĚNILO V HARMONICKÝ VZTAH

Co je dobré mít na paměti a jak krotit emoce spojené se změnou zaměstnavatele?

Vlastníci firem, neboli prodávající, nakládají se svým majetkem podle vlastního uvážení

-> za rozhodnutím předat část / všechny zaměstnance k jinému zaměstnavateli není zodpovědný přebírající

Jiní vlastníci firem, neboli kupující, v drtivé většině kupují něco, co opravdu chtějí, nebo potřebují

-> přijímající firma má zájem o zaměstnance kupované firmy. Nebo přinejmenším o část z nich

Svobodné rozhodnutí zaměstnanců kupované firmy pracovat / nepracovat u nového zaměstnavatele je nedotknutelné

-> předávající i přijímající firma tuto skutečnost respektuje

HARMONICKÝ VZTAH SE MUSÍ ODPRACOVAT A LÁSKA MÁ MNOHO PODOB

Jaké principy je třeba držet?

Respekt – všem přebíraným dopřát stejnou péči, jako všem kandidátům z trhu
...neboli kopírovat průběh vlastního náborového procesu a svou firmu pořádně prodat

Individualizace – přebíraní jsou jedna skupina, ale ta je tvořena individualitami
...neboli citlivě zvolit komunikaci podmínek k jednotlivým lidem

Týmová dynamika – přebíraní jsou sice individuality, ale fungují v komunitě
... neboli vědět o formálních a neformálních vazbách uvnitř týmu

JAK VZNIKÁ LÁSKA K IBM, CO U NÁS FUNGUJE?

Pravda – není rozpor mezi image firmy a realitou

Očekávání – říkáme jasně, koho a proč chci a k čemu nám bude, co a proč bude dělat

Lepší podmínky – aby věděli, co u nás mohou všichni čekat a celkově mohli být spokojenější

Nové nahrazuje stávající – nové nemusí znamenat lepší, ale je potřeba „tomu novému“ rozumět (benefity, pracovní doba, mobilní tarify, apod.)

Co je dané, je dané – opatrně pracovat s výjimkami

Melting pot princip – každý se do IBM dostal nějakou cestou, celek je jeden

CO NENÍ DOBRÝ NAPAD A CO JSEM V MINULOSTI PODCENIL?

Co opravdu nefunguje:

„My kupujeme, my určujem pravidla hry“, nebo-li princip „ber nebo jdi“

„Dělejte si co chcete, jsme jedna firma jen formálně“, nebo-li „nic se neděje“

„Každého si koupíme“, nebo-li „nic lepšího ani neumíme a proto podlezáme“

Co jsem podcenil?

- 1) autorská práva
- 2) konflikt zájmů
- 3) mediální pověst
- 4) rivalitu a „klubismus“
- 5) znalost neformálních center vlivu
- 6) neznalost dlouhodobých cílů