



گزارش سرمایه‌های انسانی آگاه
کارگزاری آگاه سال ۱۴۰۰



از روزنه به کرانه

داستان روزنه‌ای که از آن به کرانه‌های که ناپیداست، چشم دوخته‌ایم.
داستان نگاه ما به ساختن و پرداختن، به خلق کردن و آراستن، به افق‌های دور و کرانه‌های ناپیدا.




شرح تصویر:
روزنه دریا، جاذبه‌ای طبیعی در جزیره هرمز و صخره‌ای بسیار بزرگ است که به مرور زمان و در اثر فرسایش توسط آب، دایره‌ای در وسط آن ایجاد شده و چشم‌انداز دل‌پذیری از دریا را به نمایش گذاشته است.

۱ سرآغاز ۵۳ تجربه‌ای به مثابه سفر


۲ همکاران
 ۵۵ همسفران موافق
 ۵۶ چند میلیون ثانیه سفر!
 ۵۷ برافراشتن بادبان تاکنون
 ۵۸ سرنشینان یک کشتی
 ۵۹ همه در راه یک مقصد




۳ شناسایی و جذب ستاره‌ها
 ۱۱ قابی از تصاویر سفر
 ۱۲ در جستجوی همسفرانی تازه‌نفس
 ۱۳ سفر تا لحظه اکنون
 ۱۴ روایت تجربه سفر



۴ استخدام استعدادهای برتر
 ۱۶ پیش از سفر؛ تجربه مصاحبه
 ۱۷ مصاحبه‌ای شایستگی‌محور
 ۱۸ آغاز سفر؛ استخدام استعدادهای برتر



۵ جامعه‌پذیری
 ۲۰ آغاز سفر؛ لحظه ورود به کشتی
 ۲۱ فرآیند جامعه‌پذیری؛ آشنایی با حال و هوای سفر
 ۲۲ همراه همسفر
 ۲۳ دوره‌می مجازی «آگاهی‌شو»
 ۲۴ دوره‌می حضوری «آگاهی‌شو»
 ۲۵ صندوقچه خوش‌آمدگویی




۶ مشارکت و تعلق
 ۲۷ چرایی آغاز این سفر
 ۲۸ ارزش‌های پیشنهادی کارفرمایی آگاه
 ۲۹ در مسیر کشف ارزش‌ها
 ۳۰ کمپین «سفر به جزایر ارزش‌ها»
 ۳۱ آیین سفر؛ کدهای اخلاقی و فرهنگ کاری
 ۳۲ کدهای اخلاقی
 ۳۳ دوره‌می روی عرشه
 ۳۴ رویدادهای روی عرشه
 ۳۵ باد خوش‌خبر صبا
 ۳۶ حال خوش همسفران
 ۳۷ سفر سلامت
 ۳۸ حال خوب از زبان همسفران
 ۳۹ پیشکش‌های مناسبتی
 ۴۰ کشتی آگاه در مسیر مسئولیت اجتماعی



۸ توسعه و رشد شغلی
 ۵۰ سفر و آموختگی؛ طراحی مسیر یادگیری و آموزش
 ۵۱ سفر و آموختگی؛ دوره‌های آموزشی در آگاه




۷ مدیریت عملکرد
 ۴۶ گفتن و شنیدن در سفر؛ ایجاد فرهنگ گفت‌وگو با «بش‌نو»
 ۴۷ نفسی بیا و بنشین سخنی بگو و بشنو
 ۴۸ توشه راه سفر؛ جبران خدمات



۹ خروج مثبت ۵۳ وداع با همسفران



۱۰ مسیر پیش رو
 ۵۵ دقت در تجربه سفر؛ پیمایش نگرش‌سنجی یک‌ماهه و سه‌ماهه
 ۵۶ نتایج یک دوره از پیمایش نگرش‌سنجی یک‌ماهه و سه‌ماهه
 ۵۷ پیمایش نگرش‌سنجی «هی‌گروپ»
 ۵۸ مسیر سفر تجربه همکاران در آینده
 ۶۰ روش‌شناسی تهیه گزارش و تیم اجرای پروژه



رقصی چنین میانه میدان

لازمه تماشای هرچه آسان‌تر و درست‌تر هر سمت‌وسو، ایستادن در میانه میدان است. در میانه ایستادن و ایستادگی کردن، برای رعایت انسان در قلمرویی که در آن کار و زندگی می‌کنیم، مأموریت ماست. مأموریتی که سال‌هاست مشغول به جا آوردن آنیم و شادمانیم که در این مسیر رفته‌رفته جمعمان بزرگ‌تر و عزممان قوی‌تر شده است. آنچه در این نوشتار می‌خوانیم، قصه‌ راهی است که تا به اینجا در کنار هم پیموده‌ایم؛ در فراز و در فرود. راهی که ادامه‌دار و بی‌انتهاست و تا ایستگاه اکنون، آموخته‌ها و دستاوردهای زیادی برایمان به همراه داشته است. فرصت مرور این قصه با شما را مغتنم می‌شماریم، از آن سرخوشیم و امید بسته‌ایم که در امتداد تحقق بخشیدن به رؤیاهایی که برای سرمایه‌های انسانی آگاه در سر داریم، ثابت‌قدم بمانیم.





قافله را بگش بگش،
خوش سفری است این سفر.

-مولانا جلال‌الدین بلخی

— سرآغاز —

تجربهای به مثابه سفر

بارها گفته‌ایم و شنیده‌ایم که سفر، لحظه‌لحظه‌اش تجربه است. هر سفری که آغاز می‌کنیم، به دنبال لمس دوباره شناخته‌ها و کشف ناشناخته‌ها و در پی عمیق‌تر شدن در جریان سیال زندگی و دریافت نگاهی تر و تازه‌ایم. سفر لحظه‌لحظه‌اش تجربه است و از طرفی تجربه‌ای که ما به واسطه حضور در یک سازمان، به آن دست می‌یابیم، همان سفری است که با آن سازمان طی می‌کنیم. این سفر، تمام تعاملات قبل از شروع همکاری تا پس از خاتمه آن را در بر می‌گیرد. چگونگی و کیفیت این سفر است که در احساسی که نسبت به هدف، برند و فرهنگ سازمان پیدا می‌کنیم نقش دارد و البته این احساس به شکلی مستقیم بر تداوم همکاری، نحوه تعامل، عملکرد و توسعه یافتن ما تأثیر می‌گذارد.

امروزه زمانی که شغل و مسئولیتی را انتخاب می‌کنیم در جستجوی سفر و تجربه‌ای هستیم متناسب با آنگونه که زندگی می‌کنیم، برای یافتن معنا و مفهومی که در پی انجام آن کار خشنودمان کند.

۵۱٪

از سرمایه‌های انسانی مشغول به کار در حال حاضر می‌گویند که فعالانه به دنبال فرصت‌های شغلی جدید هستند.^۱

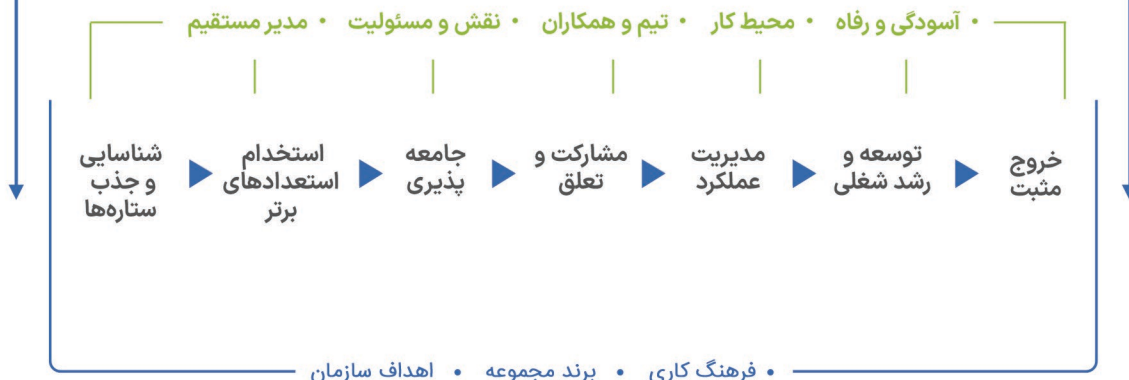
۶۳٪

از سرمایه‌های انسانی معتقدند که «بسیار محتمل» یا «تا حدودی محتمل» است که بتوانند شغلی به خوبی شغل خود پیدا کنند.^۱

هر چه رهاورد این همکاری، تجربه‌ای خوشایندتر و مطبوع‌تر باشد، تمایلمان به تکرار این سفر، ماندگاری و خلق ارزش هم بیشتر می‌شود و ما که همسفران این قصه‌ایم، خود راوی این تجربه و مروج طی کردن این سفر خواهیم شد. از این روست که امروزه کیفیت تجربه کارکنان برای بسیاری از رهبران در سازمان‌ها اهمیت در خور توجهی یافته است.

تحلیل و بررسی

تجربه همکاران تجربه سفر در سازمان



منبع: مدل گالوپ در طراحی تجربه همکاران سازمان‌ها^۲

در طول زمان، مطالعات متنوعی در زمینه تجربه همکاران^۳ صورت پذیرفته و الگوهای متعددی برای آن ترسیم شده است. از آنجا که مدل گالوپ با ماهیت مجموعه آگاه انطباق بیشتری دارد، از آن برای طراحی تجربه همکاران آگاه الهام گرفته‌ایم.



۱-Gallup's Model on Employee Experience

۲-Gallup's Report on Designing Your Organization's Employee Experience

۳-Employee Experience



سفر خوش است،
اگر همسفر شود پیدا.

-صائب تبریزی

— همکاران —

همسفران موافق

در باب اهمیت همسفر بسیار گفته و شنیده‌ایم که حتی از سفر و مقصد نیز مهم‌تر است. همسفر خوب سفر را دلپذیر و خاطره‌اش را ماندگار می‌کند. ما همسفران و سرنشینان یک کشتی هستیم که با گذر از مسیرهای ناشناخته، خطرناک، سختی‌ها و تردیدها را پشت سر می‌گذاریم و در کنار هم به ساحل امن مقصود می‌رسیم. در کنار هم، همگام و همدوش و همراه، با همه تفاوت‌هایمان؛ که: «با رفیقان موافق سفر دور خوش است!»

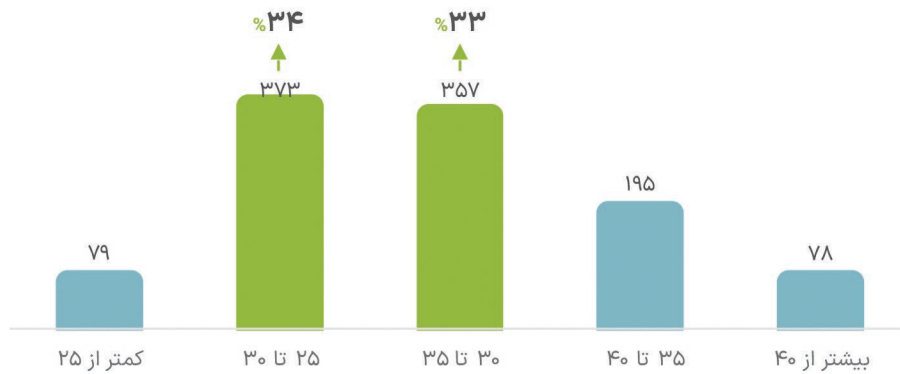
همکاران آگاه از نظر وضعیت تأهل



همکاران آگاه از نظر ترکیب جنسیتی



همکاران آگاه از نظر بازه سنی



همکاران آگاه از نظر میزان تحصیلات

بیش از ۸۰٪ از پاسخ‌دهندگان مدرک کارشناسی و بالاتر دارند.

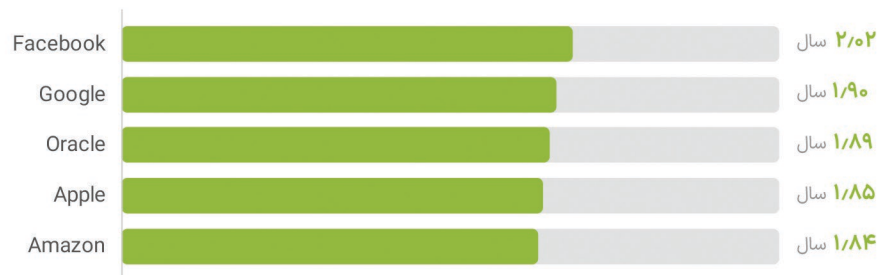


صائب تبریزی ۱-

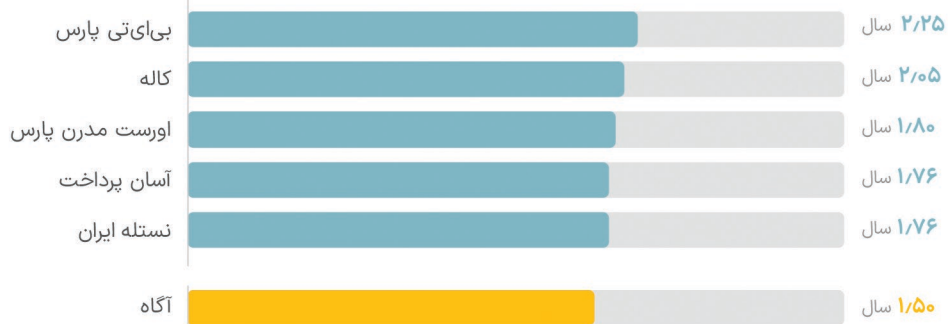
چند میلیون ثانیه سفر!

هر سفری در نقطه‌ای آغاز می‌شود، در فاصله‌ای جریان پیدا می‌کند و در لحظه‌ای خاتمه می‌یابد. طول مدت سفری که ما به طور میانگین با کشتی آگاه طی می‌کنیم، از آنجایی برای ما اهمیت دارد که آن را شاخصه‌ای برای سنجیدن کیفیت و چگونگی این سفر می‌دانیم. این عدد در سازمان ما برابر ۴۷,۳۰۴,۰۰۰ ثانیه محاسبه شده است. این عدد با در نظر گرفتن رشد سریع تعداد همسفران ما در سال ۹۸ محاسبه شده و تا پیش از آن میانگین طول سفرمان عدد بزرگتری بوده است.

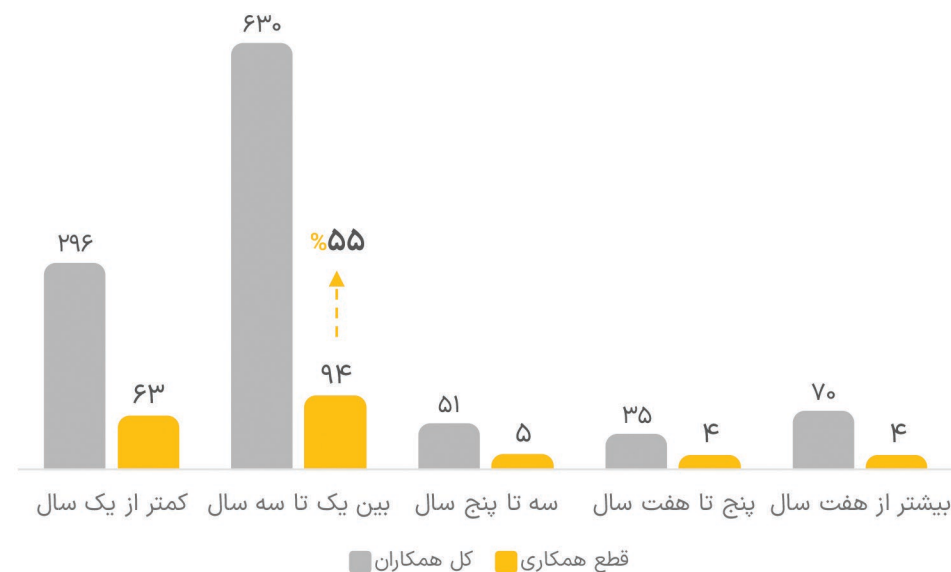
میانگین مدت ماندگاری سرمایه انسانی در برخی شرکت‌های خارجی^۱



میانگین مدت ماندگاری سرمایه انسانی در برخی شرکت‌های ایرانی^۱



مقایسه تعداد کل همکاران با تعداد همکاری که در سال ۱۴۰۰ قطع همکاری کردند به تفکیک سابقه کار



۱- Source: IranTalent, Paysa 2022



از برافراشتن بادبان تا کنون

کشتی آگاه حرکت خود را در سال ۱۳۸۴ و با سه نفر آغاز کرد. حالا بعد از گذشت ۱۶ سال، شمار سرنشینان آن به ۱۰۸۲ نفر رسیده است. در ۳ سال اخیر تعداد ما همسفران ۴ برابر شده است. لازم به ذکر است که همسفران ما در گروه مالی آگاه حدود ۱۴۰۰ نفر هستند و آمارهایی که در این گزارش ملاحظه می‌کنید بدون احتساب همکاران ما در واحدهای IT عملیاتی است.

روند رشد تعداد همکاران گروه آگاه از ابتدا تا اکنون

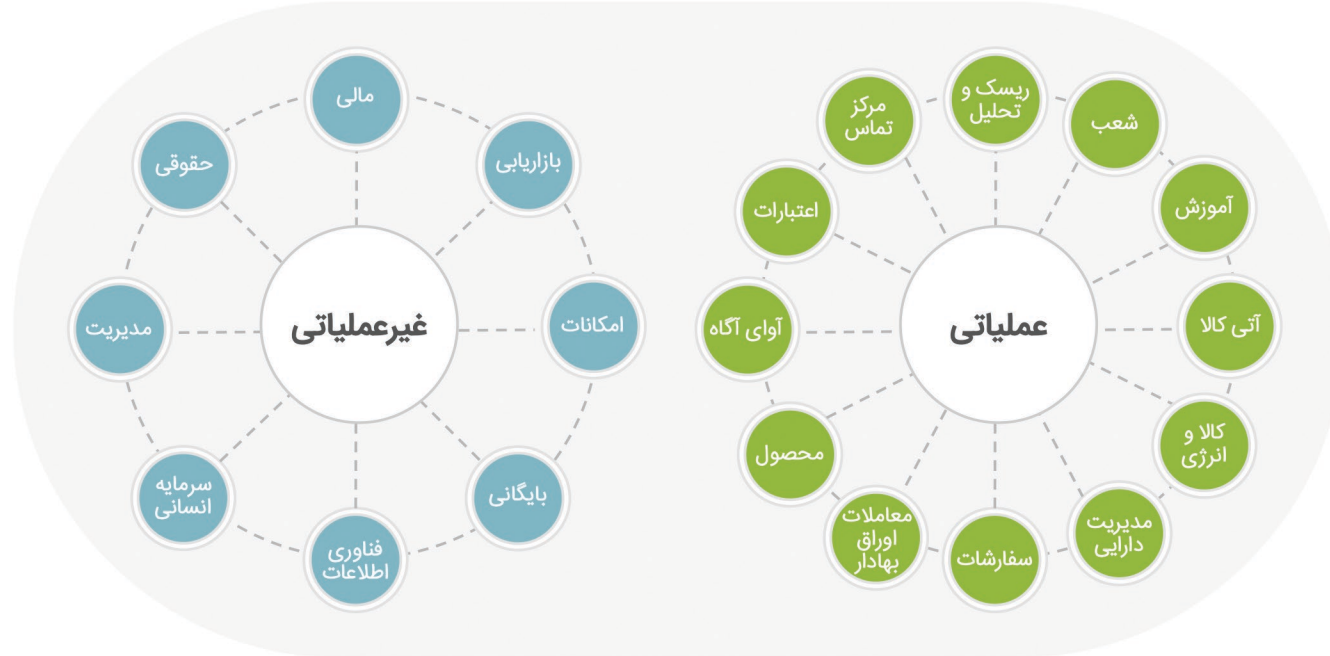


سرنشینان یک کشتی

گرچه هر کدام از ما در قسمت‌هایی جداگانه مشغول به فعالیت‌هایی متفاوت هستیم، اما همگی در یک کشتی نشستیم و به کمک یکدیگر برای تحقق یک معنی تلاش می‌کنیم.

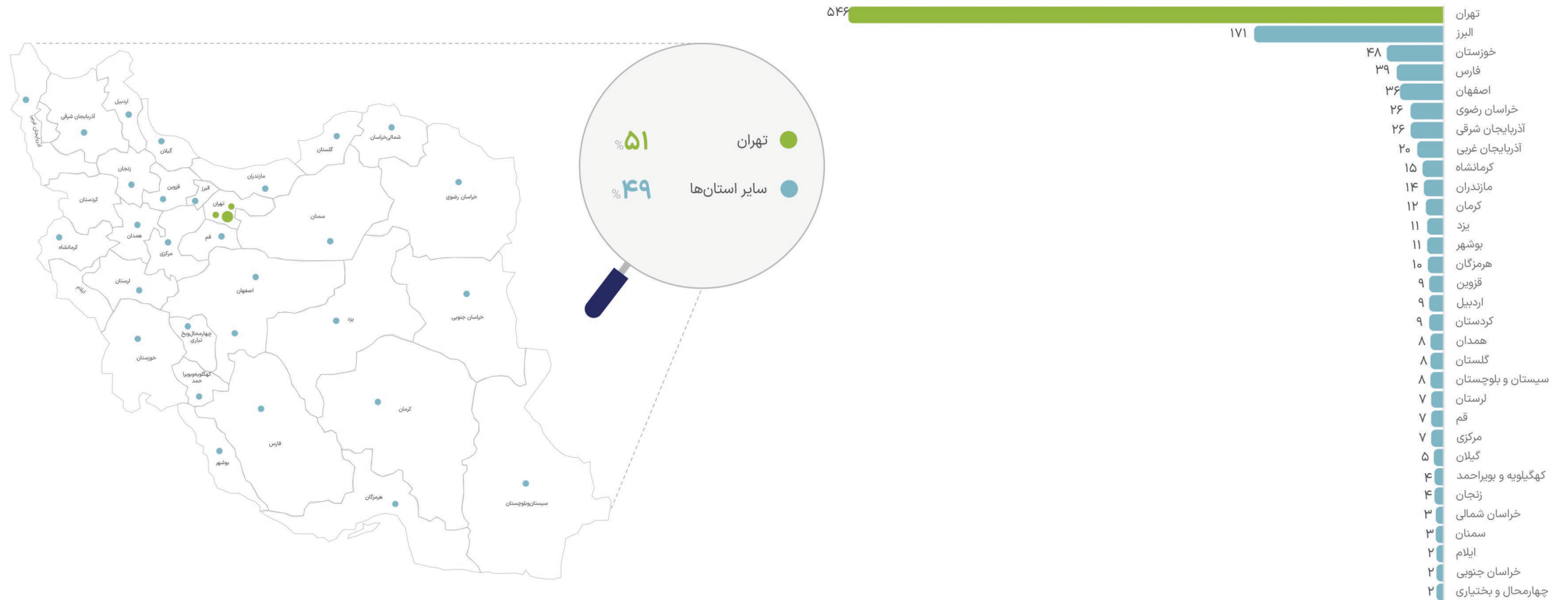
رشد نسبت به سال گذشته ۱۱٪

۱۰۸۲ نفر
مجموع همکاران در آگاه به تفکیک واحد



همه در راه یک مقصد

ما همسفران این راه مشترک، هر کدام قصه‌ای منحصر به فرد داریم. اهل خطه و دیاری هستیم و به گونه‌ای که خاص خود ماست زندگی می‌کنیم. معتقدیم گرد هم آمدن و همراه شدن این تجربه‌های زیسته متنوع با یکدیگر، فرصتی بی‌نظیر برای اکتشافات عمیق‌تر و درک ناشناخته‌هاست و به ما در بهره‌مندی بیشتر از سفرمان کمک می‌کند.





هوس سفر نداری...؟

-محمدرضا شفیعی کدکنی

— شناسایی و جذب ستاره‌ها —

قابی از تصاویر سفر

برای به تصویر کشیدن قابی درست از آنچه در این سفر می‌گذرد، برای آن که از رویدادها، اتفاقات و حال و احوال هم در طول مسیر بگوییم و آسان‌تر داستان‌ها را روایت کنیم و به اشتراک بگذاریم، صفحه اینستاگرام «زندگی در آگاه» را فراهم ساخته‌ایم.

صفحه اینستاگرام زندگی در آگاه

+۳ هزار نفر



تعداد دنبال‌کنندگان صفحه اینستاگرام

+۱۳۰ هزار بار



تعداد کل بازدید استوری‌ها در صفحه اینستاگرام

+۲۵۰ استوری

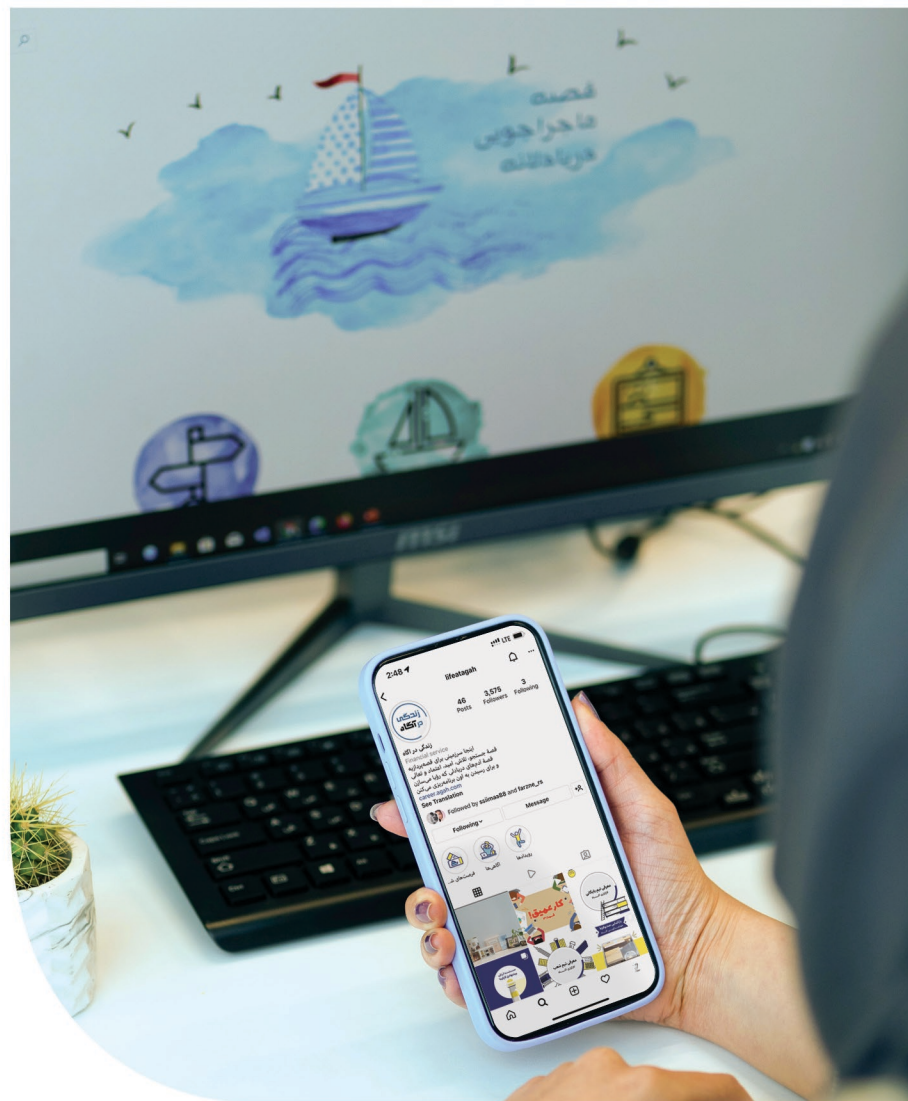


تعداد کل استوری‌های آگهی شغلی به اشتراک‌گذاشته شده توسط مخاطبان

+۷۵ هزار بار



تعداد کل بازدید پست‌ها در صفحه اینستاگرام



در جستجوی همسرانی تازه‌نفس

ما برای طی کردن این سفر پر رمز و راز به سکان‌دارانی کاربلد و ماهر نیازمندیم. از این رو در آکادمی آگاه که اولین آکادمی تخصصی در میان کارگزاری‌های بازار سرمایه است، دوره‌هایی تخصصی طراحی و اجرا می‌کنیم و این فرصت را فراهم آورده ایم تا دانشجویان و کسانی که در جستجوی شغل هستند، از این امکان بهره‌مند شوند. آکادمی به سرمایه‌های انسانی توانمند ابزار و دانش لازم برای قدم گذاشتن در این سفر را ارائه می‌کند و آن‌ها بعد از حضور در دوره آموزشی رایگان به آگاه می‌پیوندند. چنانچه در این مرحله با ما همراه نشدند نیز فرصت همسفر شدن در زمان دیگری را خواهند داشت یا برای حضور در موقعیت‌های مشابه در بازار کار آماده می‌شوند.



اهداف آکادمی

- ارتقاء کیفیت سرمایه‌های انسانی سازمان
- تسهیل فرآیند جذب و استخدام
- ارتقاء توانمندی مدرسان و مدیران
- آشنایی متقاضیان با ارزش‌های آگاه و انتخاب آگاهانه
- مسئولیت اجتماعی آگاه
- توانمندسازی افراد در راستای رسیدن به آسایش مالی

سفر تا لحظه اکنون

دوره‌های آموزشی کارشناسان تحلیل، کارشناسان صندوق‌های سرمایه‌گذاری و کارشناسان مدیریت دارایی را با هدف جذب همکاران توانمند و مستعد طراحی کرده‌ایم. این دوره‌های آموزشی را با تأکید بر آموزش‌های کاربردی، حل تمرین و پروژه‌های واقعی طراحی کرده‌ایم تا در کنار آموزش‌های تئوریک، متناسب با نیاز دانش‌آموختگان باشند.



میزان رضایت متقاضیان از دوره آموزش کارشناسان صندوق‌های سرمایه‌گذاری



میزان رضایت متقاضیان از دوره آموزش کارشناسان تحلیل



میزان رضایت ذینفعان داخلی از نحوه برگزاری و کیفیت دوره کارشناسان صندوق‌های سرمایه‌گذاری



میزان رضایت ذینفعان داخلی از نحوه برگزاری و کیفیت دوره کارشناسان تحلیل



دوره آموزشی کارشناسان صندوق‌های سرمایه‌گذاری

دوره آموزشی کارشناسان تحلیل

۴۲۰

نفر ساعت انتقال تجربه

۱۵۶۰

۳۰

ساعت دوره آموزشی

۶۵

۲۰۰

تعداد رزومه ارسال شده برای حضور در دوره

۱۱۵

۵۰

تعداد رزومه تایید شده برای مصاحبه

۴۵

۱۴

تعداد نفرات دعوت شده به دوره

۱۵

۴

تعداد نفرات جذب شده متناسب با نیاز واحدهای مربوط

۲

روایت تجربه سفر

انتقال تجربه سفر، برای عبور هر چه آسان تر از موانع و چالش‌ها یک امر ضروری است. ما در دوره‌های آموزشی آکادمی، از سرمایه‌های انسانی توانمند آگاه برای تدریس و انتقال دانش و تجربه به متقاضیان مشتاق همراهی می‌جوئیم. این موضوع هم به مدیریت دانش کمک می‌کند و هم فرصتی را برای همکاران توانمند ما فراهم می‌سازد تا در مسیر رشد و ارتقاء توانمندی‌های خود قدم بردارند.



بیشترین دانشگاه‌های محل تحصیل شرکت‌کنندگان

تهران	صنعتی شریف	الزهرا
شهید بهشتی	خوارزمی	
تربیت مدرس	امیرکبیر	علوم و تحقیقات
دانشگاه قزوین	علامه طباطبایی	
علم و صنعت		آزاد کرج



خزم ولايتی که تو آنجا سفر کنی!

-سعدی شیرازی

— استخدام استعدادهای برتر —

پیش از سفر؛ تجربه مصاحبه

ما برای پیدا کردن همسفران نیکو و دلخواه‌مان، به مصاحبت و همنشینی با کسانی که به بودن در کنار ما علاقه‌مندند می‌پردازیم و با سعی در کشف دل‌مشغولی‌ها، تعلقات و دانسته‌های آنها درمی‌یابیم که چه اندازه برای شروع این سفر آماده‌اند. همواره در تلاش هستیم که این فرآیند سریع، محترمانه و شفاف اجرا شود و در پایان اولین جلسه‌ای که به گفت‌وگو می‌نشینیم، یک جلد کتاب به رسم یادگار به مصاحبه‌شونده هدیه می‌کنیم.



۱۵۰۰+ هزار

تعداد کتاب‌های هدیه‌شده به مصاحبه‌شوندگان



مصاحبه‌های شایستگی محور

به مجموعه‌ای از دانش، مهارت، توانایی و نگرش افراد، شایستگی گفته می‌شود که در رفتار آنها نمایان است و به موفقیت همکاران در سازمان و شغلشان کمک می‌کند. شایستگی‌ها قابل اندازه‌گیری در یک طیف، قابل یادگیری و توسعه‌اند و می‌توان برای آنها مصادیق رفتاری مشخص کرد. برای طراحی شایستگی‌های آگاه چندین مدل شایستگی را بررسی کردیم، شایستگی‌های مرتبط با ارزش‌های آگاه را تعیین کردیم و در قالب جلسات درون‌سازمانی و نظرسنجی از مدیران ارشد، در نهایت ۴ شایستگی اصلی سازمان با مصادیق رفتاری مرتبط را مشخص کردیم. در قدم بعدی سؤالات مصاحبه مرتبط با شایستگی‌ها را طراحی و هر شایستگی را در چهار سطح، رتبه‌بندی کردیم تا از این طریق بتوانیم به تحلیل و ارزیابی بهتر مصاحبه‌شونده کمک کنیم. در نهایت به آموزش مصاحبه‌کنندگان پرداختیم تا فرآیند مصاحبه‌های سرمایه انسانی را در راستای اهداف و استراتژی سازمان یکپارچه و هدفمند کنیم. همیاران تیم سرمایه انسانی در واحد مرکز تماس هم در راستای شناسایی و طراحی شایستگی‌های اصلی و شایستگی‌های مختص هر موقعیت شغلی در مرکز تماس، مطالعات، بنچمارک‌ها و جلسات متعددی با همراهی سرپرستان، سرگروه‌ها و کارشناسان قدیمی واحد مرکز تماس برگزار کردند.

۴ شایستگی اصلی کارگزاری آگاه



مسئولیت پذیری



مشارکت و کار تیمی



یادگیری مستمر



ارتباطات اثربخش

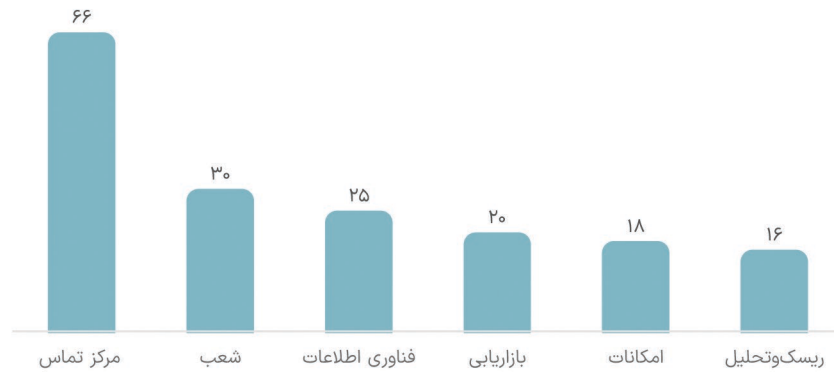
۳۰+ مدل شایستگی

تعداد مدل‌های شایستگی بررسی شده جهت طراحی شایستگی‌های آگاه

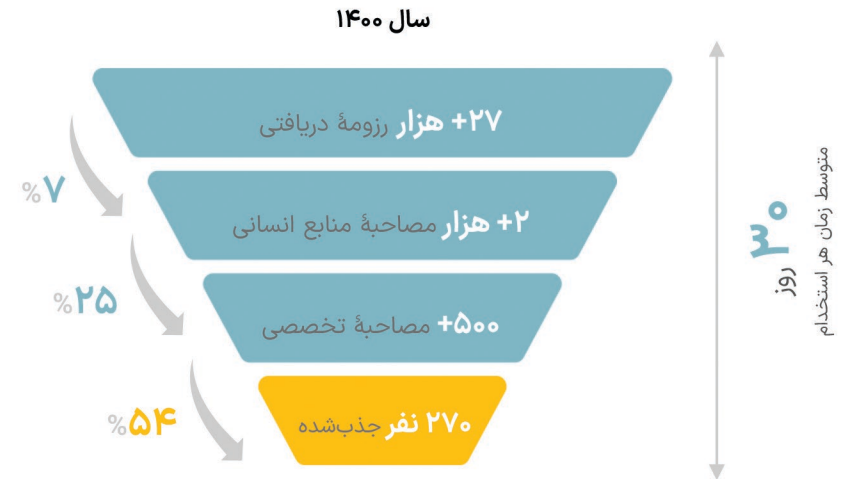
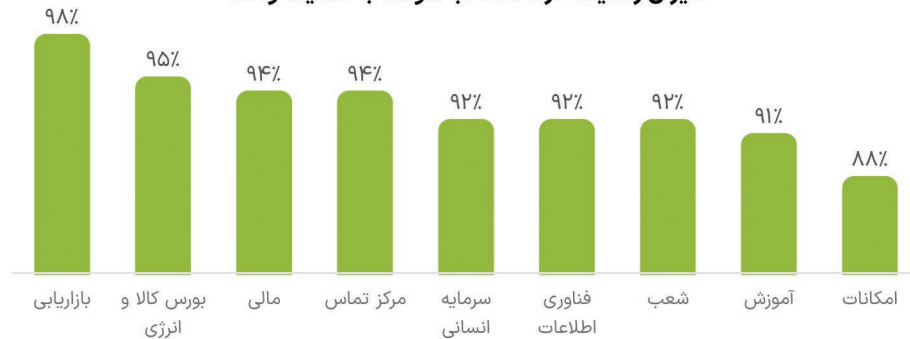
آغاز سفر؛ استخدام استعداد های برتر

در سال ۱۴۰۰ تعداد کانال های جذب و استخدام ما در آگاه به بیش از یازده کانال مختلف افزایش پیدا کرده است.

بیشترین همکاران جذب شده در این واحدها مشغول به کار شدند.



میزان رضایت افراد مصاحبه شونده به تفکیک واحد



از افراد مصاحبه شده از فرآیند مصاحبه رضایت داشتند.

که درازست ره مقصد و
من نوسفرم.

-حافظ شیرازی

— جامعه‌پذیری —

آغاز سفر؛ لحظه ورود به کشتی

برای پیشبرد سریع‌تر امور و فرآیندهای سرمایه‌های انسانی در راستای سیستمی کردن این فرآیندها گام برداشتیم. فرآیند ورود و خروج که با مشارکت چند واحد انجام می‌گرفت، با توجه به روند پرهزینه و زمان‌بر بازنگری شد. با بازنگری فرآیندهای ورود و خروج از طریق مشارکت بهتر و کارآمدتر تیم‌های درگیر و کاهش موازی کارها، سرعت و کارایی تیم سرمایه‌های انسانی را افزایش دادیم. در دو فصل تابستان و پاییز با کمک همکاران تیم فناوری اطلاعات، این دو فرآیند را پس از چندین مرتبه بازبینی پیاده‌سازی کردیم.



افزایش سرعت در فرآیند ورود همکاران جدید



افزایش یکپارچگی اطلاعات و سهولت دسترسی



افزایش رضایت همکاران جدید از فرآیند ورود



۴ واحد

تعداد واحدهای مشارکت‌کننده در این پروژه

سرمایه انسانی، فناوری اطلاعات، امکانات، اموال



بیش از ۸۰٪

کاهش بروز خطای احتمالی در فرآیند ورود



۶۵ فرآیند

تعداد فرآیندهای اجراشده تا به اکنون از طریق پلتفرم ورود

فرآیند جامعه‌پذیری؛ آشنایی با حال و هوای سفر

برای این که همسفرانمان بتوانند سفر خود را با حال بهتری آغاز کنند و هرچه آسان‌تر با راه‌ورسم و شیوه سفر آشنایی پیدا کنند، فرآیند جامعه‌پذیری را به شکل زیر طراحی کردیم.



همراه همسفر

در راستای خلق تجربه مثبت برای تازه‌همسفران و آشنایی سریع‌تر آنها با مأموریت، چشم‌انداز، ارزش‌ها، هنجارها، فرهنگ سازمان و صنعت، سعی کردیم که برای همراهی هر چه بهتر یک تازه‌همسفر در شروع به کار، روز اول، هفته اول و ماه اول برنامه مشخص و دقیقی داشته باشیم. در این فرآیند ۱۷ نفر از همسفران قدیمی در نقش «همراه» برای ۱۷ واحد سازمان آموزش دیدند تا به‌عنوان تسهیلگر در کنار همکاران جدید حضور داشته باشند. همراهان در یک برنامه آموزشی بلندمدت، با فرآیندها، ارزش‌های سازمان و مفاهیمی مثل ارتباط مؤثر، گوش دادن فعالانه و مؤثر، فروتنی در ارتباط با همکار جدید، مثبت‌نگری و منتورینگ آشنا شدند تا بتوانند حضور حرفه‌ای تری در کنار نوهمکاران داشته باشند.



۴۹۰ نفر ساعت

آموزش به همراهان در فرآیند جامعه‌پذیری



چو هم‌هم تو نباشی
سفر چه سود کند؟^۲



Buddy-۱
۲-مولانا جلال‌الدین بلخی

دوره‌می مجازی «آگاهی‌شو»

این کشتی و سکان‌داران قدیمی‌اش داستان‌ها و اتفاقات زیادی را پشت سر گذاشته‌اند و برای عبور از چالش‌های سفر تا لحظهٔ اکنون، تصمیم‌های بزرگی گرفته‌اند. برای آن که همکاران تازه واردمان با پیشامدهای سفر، قصهٔ رفاقت‌ها و همدلی‌ها، داستان ارزش‌ها و مقصدی که آگاه به سمت آن در حرکت است بیشتر آشنا شوند، جلسهٔ مجازی «آگاهی‌شو» را ترتیب دادیم تا با بنیان‌گذار آگاه به گفت‌وگو بنشینند و فرصتی برای پرسش سؤالات و رفع ابهامات خود داشته باشند.



۵۴۰ دقیقه

مدت زمان کل برگزاری جلسات دوره‌می مجازی



۸ جلسه

تعداد جلسات برگزارشدهٔ دوره‌می مجازی



۱۲۱ نفر

تعداد کل همکاران حاضر در جلسات دوره‌می مجازی



دوره‌می حضوری «آگاهی شو»

از آبان‌ماه سال ۱۴۰۰ با توجه به انجام واکسیناسیون همگانی و بهبود اوضاع همه‌گیری کرونا، جلسات دوره‌می «آگاهی‌شو» را به صورت حضوری و ماهانه در گروه‌های ۱۰ تا ۱۵ نفره برگزار می‌کنیم. در این دوره‌می، آشنایی با دستاوردها، ارزش‌های آگاه و واحدهای مختلف آن در قالب بازی‌ها و فعالیت‌های گروهی و با مشارکت همکاران تازه‌واردمان اتفاق می‌افتد. در پایان این جلسات بسته خوش‌آمدگویی^۱ را که متناسب با ارزش‌های پیشنهادی کارفرمایی^۲ آگاه طراحی‌اش کرده‌ایم، به نوهمکارانمان هدیه می‌کنیم.



تعداد کل همکاران حاضر در جلسات دوره‌می حضوری



تعداد جلسات برگزارشده دوره‌می حضوری



Welcome package-۱

Employer Value Proposition (EVP)-۲

صندوقچه خوش آمدگویی

آنچه به رسم یادگار به نوهمکارانمان در آغاز سفر هدیه می‌کنیم، بسته‌ای کاربردی، طراحی شده بر بستر مفاهیمی است که در یک سفر دریایی با آن سر و کار داریم. جعبه‌ای چوبی که می‌تواند نظم‌دهنده وسایل شخصی‌مان باشد، یک بطری با نامه خوش آمدگویی، اسپینر سکان کشتی برای مواقعی که نیاز به آرامش یافتن داریم، دفترچه یادداشت و خودکار برای ثبت برنامه و وقایع سفر، یک بسته شکلات برای چشیدن طعم شیرینی کنار یک لیوان برای نوشیدن چای داغ به منظور رفع خستگی سفر، اجزای این بسته خوش آمدگویی‌اند.



در پایان این جلسه به رسم یادگار بسته خوش آمدگویی را به نوهمکاران هدیه می‌کنیم.

بدرقه و یادگاری



آشنایی با ارزش‌ها

با بازی‌های متنوع مثل بازی نوشتن دسته‌جمعی با مداد گول‌پیگر، صندلی‌بازی، ساخت کاردستی ماشین بادکنکی و اتاق فرار با ارزش‌های آگاه آشنا می‌شوند.

با بازی گروهی و مهیج با دستاوردهای آگاه در این سال‌ها آشنا می‌شوند.

مروری بر گذشته



گپ و گفت

در یک نشسته صمیمانه با بنیان‌گذار آگاه آشنا می‌شوند و به گفت‌وگو می‌پردازند.

افراد در قسمت معارفه به صورت دو به دو به معرفی خود می‌پردازند.

خوش آمدگویی



باز گشته‌ام از سفر،
سفر از من
باز نمی‌گردد.

-شمس لنگرودی

— مشارکت و تعلق —

چرایی آغاز این سفر

چرا این سفر را آغاز کنیم؟

این سؤال است که احتمالاً خیلی از ما، وقتی در جست‌وجوی یک محل جدید برای کار کردن هستیم، از خود می‌پرسیم. چرا برای یک شرکت رزومه ارسال کنیم یا بعد از دریافت پیشنهادهای کاری مختلف، چه مؤلفه‌هایی را برای انتخاب نهایی بررسی کنیم؟ ارزش پیشنهادی کارفرما یا EVP، برای پاسخ به این سؤال‌ها کشف می‌شود تا بتوانیم تجربه کاری همکارانمان را بر اساس آن طرح‌ریزی کنیم. سند ارزش پیشنهادی کارفرمایی آگاه همان دلیلی است که از افراد مستعد درخواست می‌کنیم با ما همسفر شوند تا در کنار هم دل به دریایی ناپیدا کرانه بزنیم. مفاهیم ارزش پیشنهادی کارفرما باید در تمام نقاط تماس تجربه همکار، دیده شوند تا بتوانیم تصویری یکپارچه از آگاه را در ذهن همکاران و کارجوها بسازیم. کشف و طراحی EVP در یک سازمان ۱۴۰۰ نفره، با تنوع شغلی بالا و همچنین وجود پراکندگی جغرافیایی و فرهنگی در بین همکاران، پیچیدگی‌های خاص خود را دارد.

۱۴ نفر از مدیران ارشد

تعداد مصاحبه با مدیران ارشد در آگاه

۳ نفر از هر واحد

تعداد افراد مصاحبه‌شده با همکاران داخلی سازمان

۵۰۰+ نفر ساعت

نفر ساعت صرف‌شده جهت تدوین متدولوژی و چارچوب ارزش پیشنهادی کارفرما

۱۰۰۰+ نفر شرکت‌کننده

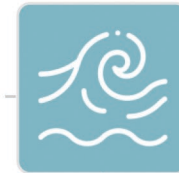
تعداد نظرات کارجویان در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی ترجیحات نیروی کار



ارزش‌های پیشنهادی کارفرمایی آگاه

اینجا سرزمینی برای قصه‌پردازی‌ست. قصه جستجو، تلاش، امید، اعتماد و تعالی. قصه آدم‌هایی که دریادل و دوراندیش و متواضع‌اند، رؤیا می‌سازند و برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی می‌کنند، هر لحظه را فرصتی نیکو می‌شمارند و می‌دانند که «سخت‌ترین طوفان مهمان دریاست نه صاحب‌خانه آن!»

دریای ناپیداگرانه



ما یک چشم‌انداز نامحدود پیش رویمان داریم و در همه حال می‌خواهیم نسبت به گذشته مان جلوتر باشیم. همواره آماده تحولات ناشی از غافل‌گیری‌ها و چالش‌ها هستیم. نه تنها به موفقیت در دوران کنونی می‌اندیشیم، بلکه برای کامیابی بلندمدت برنامه‌ریزی می‌کنیم. پیوسته این سؤال را می‌پرسیم که: «چه چیزی برای همه ما بهتر است؟» و به تأثیر تصمیماتمان بر جامعه، اقتصاد و کشور فکر می‌کنیم.

ستاره قطبی



ما برای توانمند کردن افراد در جهت کسب آسایش مالی بیشتر و ساختن زندگی بهتر دغدغه داریم. در قبال جامعه احساس مسئولیت می‌کنیم و علاقه‌مندیم آدم‌ها در هر سنی، با هر رشته تحصیلی‌ای و دارای هر تخصص یا تجربه‌ای با مفاهیم مالی و سرمایه‌گذاری آشنایی پیدا کنند. زمین و محیط‌زیست را دوست داریم و برای کمک به حفظ آن سعی می‌کنیم. برای کمک رساندن به هم‌نوعمان همواره آماده‌ایم و از هیچ تلاشی فروگذار نمی‌کنیم.

ناخدای هفت‌دریا



رهبران ما با اعتماد کردن به همکارانشان، اعتمادبه‌نفس را در سازمان بالا می‌برند. به افراد اجازه تصمیم‌گیری می‌دهند تا یادگیری‌شان افزایش پیدا کند و رشد کنند. همواره شرایطی را ایجاد می‌کنند که افراد شجاعت کافی داشته باشند و در تلاطم‌ها و بحران‌ها به خوبی هدایت را به دست می‌گیرند و کشتی طوفان‌زده را به ساحل امن و آرام می‌رسانند.

سرنشینان یک کشتی



همه ما عضو یک خانواده‌ایم. ارتباطات دوستانه بسیار خوبی را تجربه می‌کنیم. به همدیگر اعتماد داریم، ایده‌های جدید را با هم به اشتراک می‌گذاریم، در تصمیم‌گیری‌ها مشارکت می‌کنیم. در مواقع نیاز از همدیگر طلب کمک می‌کنیم و در سختی‌ها و چالش‌ها همراه هم هستیم.

دریانورد ماهر



حضور و ظهور معنا در زندگی به دنبال خارج شدن افراد از دایره امنشان و حرکت در مسیر رشد و توسعه اتفاق می‌افتد. ما به جهت و معنا بخشیدن به زندگی خود علاقه‌مندیم. همواره در حال یادگیری هستیم، از اشتباه‌های خود می‌آموزیم، از تصمیم‌گیری‌های جسورانه و خلاقانه استقبال می‌کنیم. در کنار هم تجربه می‌کنیم و فرصت همکاری با افراد تازه‌کار و مشتاق را ارزشمند می‌دانیم.



در مسیر کشف ارزش‌ها

ارزش آن چیزی است که زندگی‌اش می‌کنیم. چیزی که هستیم، نه آن چیزی که دوست داریم که باشیم. در سفر با کشتی در دریای ناپیدا کرانه، ارزش‌های محوری سازمان^۱، در حکم فانوس دریایی‌اند؛ ثابت هستند و تکان نمی‌خورند. نباید و نمی‌توان آنها را شکست و این ما هستیم که حرکت و رفتار خودمان را بر اساس آنها تنظیم می‌کنیم. ما برای مشخص کردن ارزش‌های گروه آگاه با نگاه به درون سازمان شروع کردیم. در ابتدای این مسیر روش‌هایی که در دنیا برای به دست آوردن ارزش‌ها استفاده می‌شود را بررسی کردیم و جلسات متعددی با متخصصین این حوزه داشتیم. در پایان این بررسی‌ها، متناسب با شرایط سازمان به روشی دست پیدا کردیم و با همراهی یکی از خبرگان این حوزه، جلسه‌ای با جمعی از همکاران تمامی شرکت‌ها و واحدهای گروه آگاه برگزار کردیم. در قدم بعد با جمع بزرگ‌تری از همکاران از واحدها و حوزه‌های مختلف کل کشور به صحبت نشستیم و از تعدادی از آنها تست فردی ارزش‌ها را گرفتیم، سپس نتایج را جمع‌بندی و تحلیل و موارد پرتکرار را استخراج کردیم. جمع‌بندی و تحلیل تمامی نظرات طی دو روز متوالی و تمام‌وقت در جلسه با مدیران ارشد مطرح شد و با همراهی آنها توانستیم به ۴ ارزش کلیدی برسیم. در گام بعدی نتایج به‌دست‌آمده را شفاف‌تر و عینی‌تر و با تفصیل بیشتری در کتابچه‌ای گردآوری کردیم که به عنوان مرجع بتوانیم از آن استفاده کنیم.

ارزش‌های محوری سازمان



همدانه کار می‌کنیم؛ حتی در سخت‌ترین لحظات!



کارمان را زندگی می‌کنیم.



کرامت ذاتی انسان‌ها را باور داریم.



با اقدام آگاهانه و تجربه، یاد می‌گیریم و رشد می‌کنیم.

تعداد افرادی که به طور مستقیم درگیر فرآیند تدوین ارزش‌ها بودند. ۳۰۰ نفر

تعداد افرادی که به طور مستقیم درگیر فرآیند تدوین ارزش‌ها بودند.

نفر ساعت ۲۰۰۰

زمان صرف‌شده جلسات برگزارشده برای کشف و تدوین ارزش‌ها

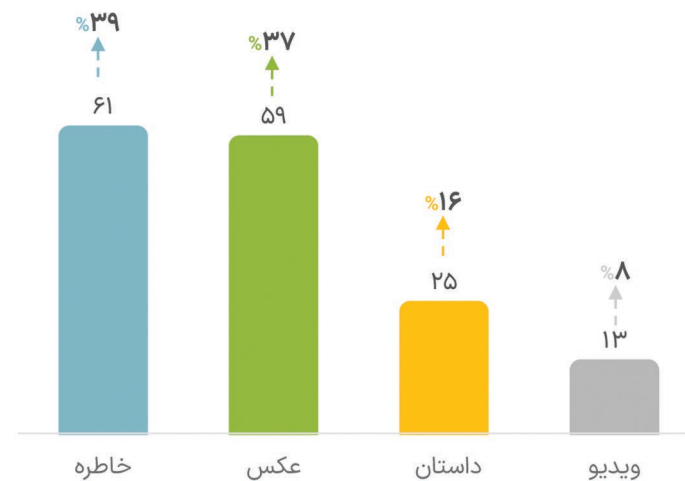
ماه ۷

بازه زمانی صرف‌شده برای کشف و تدوین ارزش‌ها

کمپین «سفر به جزایر ارزش‌ها»

بعد از استخراج ارزش‌های آگاه به‌منظور جاری‌سازی آن در سازمان، کمپین «سفر به جزایر ارزش‌ها» را طرح‌ریزی کردیم. در این کمپین که در چهار هفته برنامه‌ریزی شد، بعد از معرفی هر ارزش در هر هفته در کانال‌های ارتباطی با همکاران، از آنها درخواست کردیم که مصداقی برای آن ارزش در قالب عکس، ویدیو، داستان یا خاطره برای ما ارسال کنند. آثار دریافتی در نهایت بعد از بررسی داوران، رتبه‌بندی شده و به همکاران برگزیده هدایایی به رسم یادبود اهدا کردیم. هدیه این کمپین برای نفر اول سفر به ترکیه، برای نفرات دوم تا چهارم سفر به کیش و برای نفرات پنجم تا نهم کشتی چوبی نفیس بود.

تعداد آثار دریافتی مرتبط با ارزش‌ها در کمپین جاری‌سازی



آیین سفر؛ کدهای اخلاقی و فرهنگ کاری

به منظور تدوین کدهای اخلاقی آگاه از مدل کدهای رفتاری انجمن مدیریت سرمایه انسانی آمریکا^۱ الهام گرفتیم. در قدم اول به بنچمارک کدهای اخلاقی چند شرکت خارجی و داخلی پرداختیم.

در قدم بعدی مصاحبه‌های استاندارد با مدیران ارشد گروه آگاه انجام دادیم و از طریق پرسش نامه به نظرسنجی از همکاران گروه آگاه پرداختیم. بعد از آن با روش تحلیل تم پاسخها را مورد بررسی قرار دادیم و موارد پرتکرار را در دسته‌های اصلی مرام ما به عنوان گروه آگاه در قبال همکاران، مشتریان، سهامداران و جامعه تدوین کردیم. در انتها این موارد در جلساتی با مدیران ارشد و گروه‌های کانونی مورد بررسی قرار گرفت و نسخه نهایی را تنظیم کردیم.



۶۸ نظرسنجی

تعداد نتایج نظرسنجی از همکاران



۱۲ مصاحبه

تعداد مصاحبه با مدیران ارشد و سرپرستان



۵۰۰+ نفر ساعت

تعداد کل نفر ساعت صرف شده در پروژه



۱- SHRM: Society for Human Resource Management

کدهای اخلاقی آگاه

سفر هم مثل بسیاری از پدیده‌ها، راه‌ورسم خاص خود را دارد. آیینی و آدابی که اگر بدانیم و بر آن اساس رفتار خودمان را تنظیم کنیم، سفر باکیفیت‌تری را تجربه خواهیم کرد.

در گذار فرهنگی در بازه یک سال گذشته، پروژه‌های فرهنگ‌سازی و زیرساختی متفاوتی را پیاده‌سازی کردیم. پروژه‌هایی مثل فرهنگ کاری در فضای باز، کشف ارزش‌ها و مأموریت آگاه، جاری‌سازی ارزش‌ها در سطح سازمان، تعیین شایستگی‌های حمایت‌کننده از ارزش‌ها و جذب همسفران بر اساس آنها، برگزاری فرآیند جامعه‌پذیری مبتنی بر فرهنگ و ارزش‌های سازمان و تدوین کدهای اخلاقی در مسیر ارزش‌ها اجرا شدند تا علاوه بر ایجاد تغییرات فرهنگی، مرام و مسلکی که در بین سکان‌داران و در این سفر شانزده ساله جریان دارد احیا، ثبت و جاری شود. از آنجایی که در فضای کسب و کار، اخلاق معنا و مفهوم عمیقی دارد، این پروژه‌ها با دقت و حساسیت زیادی اجرا شدند.



گردهمایی روی عرشه

- جلسات townhall در دنیا با هدف زیر برگزار می‌شود:
- همسو شدن همه با اهداف و استراتژی‌های سازمان
- دیدار با مدیران ارشد و مطرح کردن دغدغه‌ها با آن‌ها
- شناخت پیدا کردن تیم‌ها در تمامی واحدها و موقعیت‌های جغرافیایی از یکدیگر
- ایجاد اعتماد و شفافیت
- ایجاد حال خوب بین همکاران

ما به نیت تحقق این اهداف و با توجه به پراکندگی همسفرانمان در شعب شهرستان‌ها، هر سه ماه یک بار جلسه‌ای مجازی تحت عنوان «عرشه» برگزار می‌کنیم. در هر جلسه میزبان یک یا دو نفر از مدیران واحدها هستیم تا نگاهی به کارها و دستاوردهای سه ماه گذشته داشته باشیم و درباره اهداف و برنامه‌های پیش رو نیز تبادل نظر کنیم. مهمانان جلسه عرشه تا به حال، مدیران واحدهای بازاریابی، سبددان، فناوری اطلاعات، سرمایه انسانی و شرکت آسا بوده‌اند. در پایان جلسه هم زمانی را به پرسش و پاسخ اختصاص می‌دهیم تا ابهامات و سؤالات همکاران به صورت مستقیم رفع و رجوع گردد. تا به اکنون در ۴ جلسه، به مدت ۴۳,۳۸۰ ثانیه به گفت‌وگو با همکارانمان نشستیم.



تعداد جلسات برگزار شده تا به امروز



میانگین زمان صرف‌شده جلسات برگزار شده



تعداد همکاران حاضر در جلسات



رویدادهای روی عرشه

رویدادهای روی عرشه کشتی یا همان رویدادهای داخلی آگاه با هدف ساخت تجربه‌ای به‌یادماندنی در ذهن همکاران در مناسبت‌های مختلف و با مشارکت آن‌ها برگزار می‌شود.



رویداد آشپزی، خلق طعم‌های تازه



به مناسبت روز جهانی آشپزی، رویدادی را طراحی و برنامه‌ریزی کردیم که همکارانمان با در اختیار داشتن مواد غذایی با سلیقه خود یک طعم جدید را خلق کنند. این رویداد با حضور همسفرانمان به‌عنوان آشپز برگزار شد. علاوه بر شرکت‌کننده‌ها، دیگر همکاران هم در این رویداد حضور داشتند، به تشویق پرداختند و در نهایت مزه‌های خلق‌شده رو تذوق کردند. در پایان برنامه به رسم یادگار، به شرکت‌کنندگان، کتاب «کارنامه خورش»، دستور غذاهای نادمیرزای قاجار را هدیه کردیم. بیشترین تعداد همکاران ثبت‌نام‌کننده در این رویداد از واحد «ریسک و تحلیل» بودند.

رویداد اورینگامی، ساختن ایده‌ها



در روز جهانی اورینگامی، رویدادی را با هدف ساخت اورینگامی در کنار هم برگزار کردیم. این رویداد که همکاران به‌عنوان شرکت‌کننده و با حضور یک منتور برگزار شد، هر کدام از شرکت‌کننده‌ها به‌صورت تصادفی طرحی که باید می‌ساخت را انتخاب و مشغول به کار می‌شد.

رویداد پیکشتری، تصویرسازی معانی



با توجه به پراکندگی جغرافیایی ساختمان‌ها و شعب، به این منظور که همکاران بیشتری در رویدادها امکان مشارکت داشته باشند، رویداد آنلاین پیکشتری را طرح‌ریزی کردیم. این رویداد در پلتفرم اسکای‌روم برگزار شد. بیشتر شرکت‌کننده‌های این رویداد از واحد «مرکز تماس» بودند.

باد خوش خبر صبا

ما از طریق کانال‌های ارتباطی متفاوتی سعی کردیم ارتباطی نزدیک و دوستانه با همه همکارانمان برقرار کنیم تا از این طریق علاوه بر این که اخبار سفر را به گوش آن‌ها برسانیم، نظرات و پیشنهادهایشان را نیز بشنویم و پاسخ دهیم.

کانال تلگرام آگاه

+۲ هزار کامنت 

تعداد کل کامنت‌های درج شده توسط همکاران

۲۳۵ کامنت 

بیشترین تعداد کامنت در یک پست

۱۹۸ پست 

تعداد کل پست‌های منتشر شده در کانال



حال خوش همسفران

به واسطه همه‌گیری کرونا و شرایط نابه‌سامان اقتصادی، همه ما با چالش‌ها و تجربه‌های جدیدی در فضای حرفه‌ای مواجه شدیم و در این برهه از زمان در نگهداشت همکاران که سلامت و تعادل بین کار و زندگی از مهم‌ترین دغدغه‌های آنها بود، قدم‌هایی برداشتیم. یکی از این قدم‌ها بهبود وضعیت بیمه تکمیلی شرکت است که تقریباً در اکثر تعهدات سال گذشته رشد ۱۰۰ درصدی را در سقف پرداختی برای استفاده همکاران و خانواده‌هایشان ایجاد کردیم و سهم شرکت در پرداخت هزینه را نیز افزایش دادیم. قدم دیگری که در این مدت می‌توانست کمک حال همکاران به واسطه بهبود وضعیت اقتصادی خانواده‌ها باشد، جبران مشکلات مالی احتمالی بود. ایجاد تعادل در حقوق‌های پرداختی در نیمه سال انجام شد. علاوه بر پرداخت وام صندوق شرکت با مذاکرات صورت گرفته با بانک‌ها توانستیم دریافت دو نوع وام رو برای همکاران تسهیل کنیم که در کمتر از یک سال تعداد بیشتری از همکاران آگاه بتوانند از تسهیلات بانکی برخوردار شوند.

۴۲۱ وام بانکی

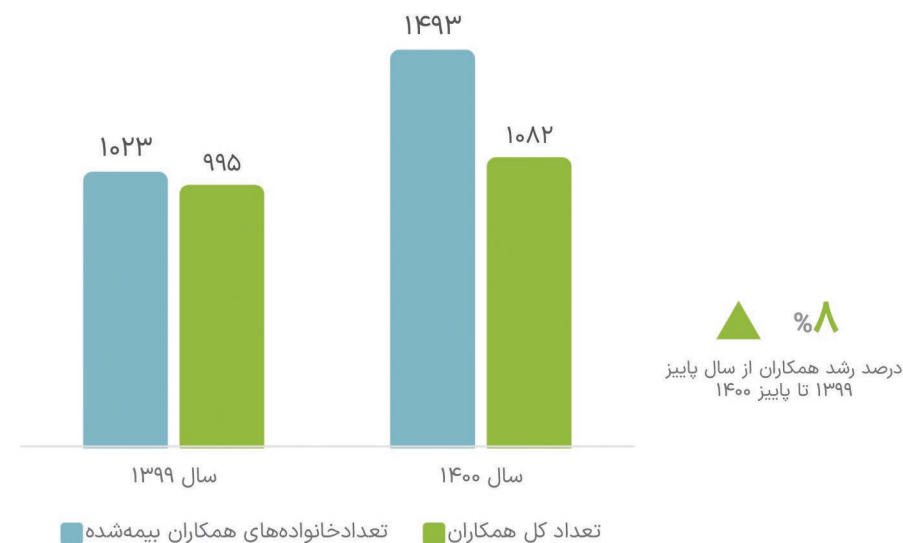
تعداد وام‌های بانکی دریافت‌شده توسط همکاران در سال ۱۴۰۰

۱۱ میلیارد تومان

مجموع مبلغ وام‌های معرفی‌شده از طرف مجموعه آگاه برای همکاران

۴۵٪
درصد رشد خانواده‌های بیمه‌شده و خانواده‌هایشان از پاییز ۱۳۹۹ تا پاییز ۱۴۰۰

۸٪
درصد رشد همکاران از سال پاییز ۱۳۹۹ تا پاییز ۱۴۰۰



سفر سلامت

با مذاکرات با ارگان‌های مختلف توانستیم شرایط را برای واکسیناسیون همسفرانمان فراهم کنیم و در نهایت توسط کانون کارگزاران و با کمک تعدادی از همکاران واکسیناسیون را آغاز کردیم.

ورود و خروج همکاران که تا پیش از این در برخی از ساختمان‌ها با ثبت کارت انجام می‌شد، به‌طور کامل تغییر کرد. سیستم جدیدی برای ثبت ورود و خروج به صورت دیجیتال را مورد استفاده قرار دادیم که با ویژگی‌های سهولت، انعطاف‌پذیری، صرفه‌جویی در زمان و چابکی تجربه بهتری را برای همکاران رقم زده است. امکان ثبت تردد از طریق وای‌فای^۱، موقعیت جغرافیایی^۲، ان‌اف‌سی^۳ و دورکاری از روش‌های ثبت تردد جدید است که درحین انعطاف‌پذیری در حضور و غیاب، نظم را هم مدیریت می‌کند. و در کمتر از چند ماه تمامی همکاران شرکت در حدود ۱۲۰ نقطه از کشور توسط تلفن‌های همراه می‌توانند در محل شرکت، مأموریت و یا در خانه و در وضعیت دورکاری به حضور و غیاب خود دسترسی داشته باشند. همچنین با کمک همکاران تیم سرمایه انسانی، رویه مرخصی در این سیستم برای واحد مرکز تماس نیز متناسب با نیازهای خاص این واحد بازنگری شده است.



تعداد همکاران واکسینه شده در پروژه واکسیناسیون آگاه*

* سایر همکاران بنا به دلایل مختلف از جمله ابتلا به بیماری کرونا و واکسیناسیون دانشجویی، در این دعوت حضور پیدا نکردند.



۱- Wi-fi

۲- Location

۳- NFC: Near Field Communication



تعداد کاربران فعال در سامانه دیجیتال ثبت ورود و خروج



تعداد موقعیت‌های مکانی پوشش داده شده توسط سامانه دیجیتال ثبت ورود و خروج

حال خوب از زبان همسفران

اعطای وام بانکی



«من جا داره که واقعاً از شرکت عزیزمون و همکاری که در دریافت این وام، لطف و محبتشون رو به من ارزانی کردن تشکر کنم چون در شرایط خیلی ضروری ای به این مبلغ نیاز داشتم و وقتی فهمیدم شرکت این امکان رو برامون فراهم کرده خیلی خوشحال شدم. من برای مراسم عروسیم به این مبلغ نیاز داشتم و هیچ وقت یادم نمیره که مبلغ وام با همراهی شرکت دقیقاً روز عروسی برام واریز شد و اونجا بود که واقعاً خدارو شاکر شدم که در چنین خانواده ای با امنیت و آرامش مشغول به کار هستم.»

درخت کاری به مناسبت تولد همسفران



«وای چه کار ارزشمندی. یعنی بیش از هزار نهال کاشته شده؟ امیدوارم این نهالها متناسب با اکوسیستم منطقه ای که کاشته شدن باشن تا کمک بیشتری به محیط زیست بشه. خیلییییی ممنون.»

مدرسه سازی با کمک همسفران



«چقدر حس خوب داشت. خداروشکر برای حال خوش این بچه ها و خانواده هاشون. خیر از زندگیتون و هر آنچه که بهش امید دارید ببینید که باعث و بانی این کار خیر شدید.»



پیشکش‌های مناسبی

در کنار حوادث و تجربه‌های هر سفر که مهم‌ترین رهاورد هر سفر است، ما در مناسبتهای خاص هدایایی به رسم یادگار به همسفرانمان پیشکش می‌کنیم که مفهومی تأمل برانگیز را دربرمی‌گیرد. دربارهٔ چند نمونه از این هدایا با هم بخوانیم:

سنگ عقیقی قاب‌شده؛ یادگار یک سال سخت

این قطعه سنگ قاب‌شده یادآور حضور محکم و سرسختانهٔ ما در لحظه‌های جان‌گناه زندگی است که به ارتقاء تاب‌آوری و رشدمان منجر می‌شود. فراگیر شدن بیماری کرونا و تبعاتش در دو سال گذشته، نمونه‌ای از حوادث تلخ و دشوار زندگی ماست. قطعه سنگ قاب‌شده‌ای که به همسفرانمان هدیه دادیم، نماد این سرسختی و تاب‌آوری و حضور جانانه و استوار ما در زندگی است.



پیونگیانگ؛ سفری مجازی به سرزمین ناشناخته‌ها

در شرایطی که به دلیل محدودیت‌های ناشی از کرونا سفر کردن دشوار بود، سفرنامه‌ای مصور به مقصد کرهٔ شمالی که سرزمین ناشناخته‌هاست به همکارانمان هدیه کردیم تا با ورق زدن و مطالعهٔ آن یک سفر مجازی را تجربه کنند.



قاب نقاشی کودکان کار

به مناسبت سالروز تأسیس آگاه، یک قاب قصه به همکارانمان هدیه دادیم. قاب نقاشی‌ای که تصویر زلال نگاه و هنر دست‌هایی ظریف است. قاب قصهٔ کودکانی که بزرگوارانه کار می‌کنند تا باری از دوش خانواده‌هایشان بردارند.



کشتی آگاه در مسیر مسئولیت اجتماعی

برای هدیه دادن نور، حتماً نمی‌بایست خورشید بود. می‌توان پنجره‌ای ساخت، شمعی برافروخت یا دلی را روشن کرد. کمک به تحصیل و رشد و توانمندسازی کودکان مناطق کم‌برخوردار برای نقش‌آفرینی در فردای این آب‌وخاک و کمک به رشد معیشت و رفاه مالی خانواده‌های این مرزوبوم، همواره از دغدغه‌هایی بوده است که پیوسته در راه آن قدم‌های مؤثری برداشته‌ایم. همکاران ما در آگاه در صورت علاقه‌مندی می‌توانند با مشارکت مادی و معنوی ما را در رسیدن به اهداف مان یاری کنند. به این امید که هم‌قدم با هم، روز به روز این مهر افزون‌تر شود و بر پهنه وسیع‌تری سایه بگستراند که به قول نادر ابراهیمی «مهر رویدنی است چون گیاه...»



۴۲۱ همکار

مجموع همکاران مشارکت‌کننده در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی



۱۹۱ میلیون تومان

مجموع مشارکت مالی همکاران در پروژه‌های مسئولیت اجتماعی



۱۴ پروژه

تعداد کل پروژه‌های مسئولیت اجتماعی آگاه



۶ موقعیت شغلی

تعداد مشاغل مستقیم ایجادشده حاصل از پروژه‌ها

مشارکت داوطلبانه همکاران در اهدای خون

حمایت از انجمن کودکان کار

مدرسه‌سازی در سیستان و بلوچستان

حمایت از طرح مهرگان موسسه خیریه کهریزک

خرید تجهیزات پزشکی

کارآفرینی جمعیت دستان مهرآفرین

پویش تهیه ارزاق اقشار کم‌برخوردار

بهینه‌سازی مصرف انرژی

آزادسازی زندانیان

حمایت از انجمن حامی معلولان هنرمند آهوان

اجرای کمیپن مدیریت پسماند

ایستگاه اول



طرح آزادسازی زندانیان

در اسفندماه سال ۱۳۹۹، در راستای عمل به مسئولیت اجتماعی، پروژه آزادسازی زندانیان را آغاز کردیم. هدف از این حرکت در پی ایجاد فرصتی دوباره برای افرادی بود که خواسته یا ناخواسته در گذشته در مسیر اشتباهی قدم گذاشته‌اند و اکنون به دنبال راهی برای جبران اشتباهاتشان هستند. ما این پروژه را به عنوان یک نقطه شروع می‌بینیم و تصمیم داریم در تیم مسئولیت اجتماعی آگاه، با همراهی و همدلی یکدیگر در آینده قدم‌های بزرگتری برداریم؛ قدم‌های پایدار و مؤثری که تسکینی بر آلام و رنج انسان‌هایی باشد که چرخ زندگی بر وفق مرادشان نچرخیده است، کودکانی که از حق کودکی محروم مانده‌اند و همه کسانی که دست‌های تکتک ما می‌تواند گره‌گشای مشکلاتشان باشد.



۱۰ زندانی از بند رها شدند و مبلغی برای رسیدگی به امور درمانی زندانیان در نظر گرفته شد.



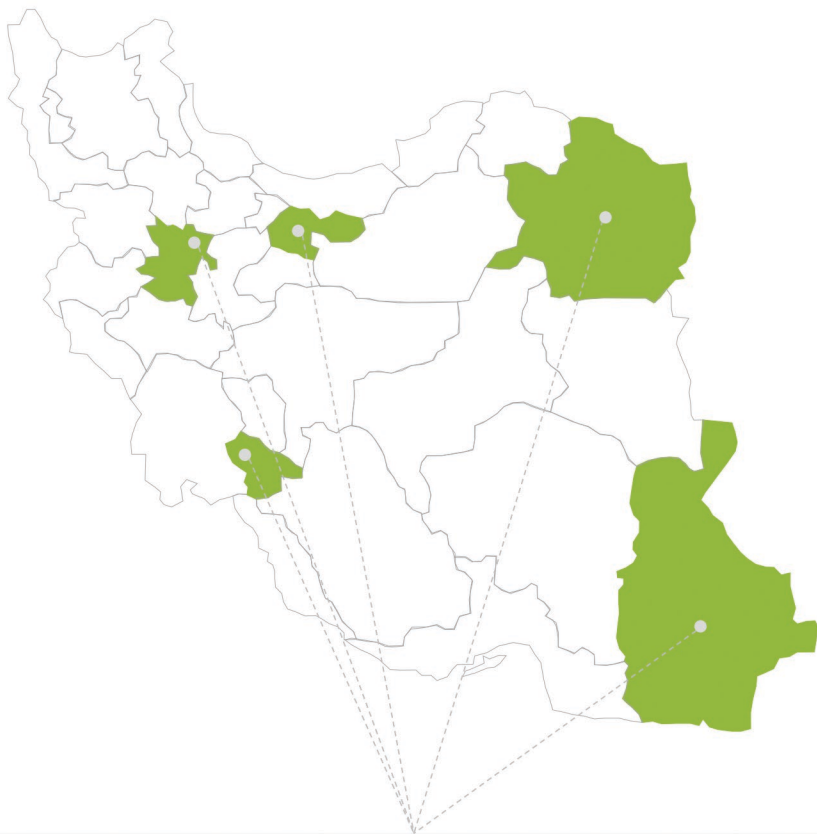
در مجموع **۹۸۰ میلیون تومان** برای آزادسازی زندانیان تقدیم شد.

ایستگاه دوم



پوشش اهدای لبخند

در راستای ایفاء نقش مسئولیت اجتماعی گروه آگاه و به منظور تقویت روحیه مشارکت و نوع دوستی میان همکاران، کمپین دریافت کمک‌های نقدی را در اسفند ماه ۱۳۹۹ برگزار کردیم. در این مسیر همدلی و نیکوکاری مجموعاً ۱۶۵ نفر از همکاران مشارکت کردند. هدف این کمپین تهیه بسته‌های مواد غذایی برای خانواده‌های کم‌بضاعت تحت پوشش مؤسسات خیریه بود.



مجموعاً ۱۸۲۶ بسته غذایی در نوروز ۱۴۰۰ تهیه و توزیع گردید.

مجموعاً ۶۱۰ میلیون تومان با مشارکت همکاران و گروه آگاه جمع‌آوری شد.

بسته‌های غذایی در استان‌های **خراسان رضوی، سیستان و بلوچستان، کهگلویه و بویراحمد، همدان و تهران** و توابع آنها توزیع شد.



طرح مدرسه‌سازی

فراهم ساختن زیرساخت‌های آموزشی مناسب و ایمن یکی از پیش‌نیازهای ضروری برای رشد و بالندگی کودکان است. با توجه به محرومیت و عدم دسترسی مناسب به امکانات آموزشی در استان سیستان و بلوچستان بر آن شدیم، در یکی از نقاط دوردست و محروم به نام بخش لاشار، اقدام به ساخت یک باب مدرسه دو کلاسه کنیم. علاوه بر این که آموزش نقش مؤثر و کلیدی در کاهش فقر دارد، می‌تواند آینده این کودکان را دست‌خوش تغییرات بنیادین کند و استعداد و توانایی‌هایی آنها را شکوفا کند. همچنین با مشارکت و همراهی همکاران آگاه در روستای منیجلان در استان کردستان در حال ساخت مدرسه دیگری برای دانش‌آموزان این منطقه هستیم.



۱۹۷ نفر

تعداد دانش‌آموزان مدارس ساخته‌شده در کردستان و سیستان و بلوچستان



۵۰۰ میلیون تومان

مشارکت همکاران در کمپین فاندربیزینگ مدرسه کردستان



طرح کارآفرینی جمعیت دستان مهرآفرین

راه‌اندازی کسب‌وکار اجتماعی به منظور توانمندسازی و بهبود کیفیت زندگی افراد، یکی از اولویت‌های مهم گروه مالی آگاه در حوزه مسئولیت اجتماعی است. به این منظور یک کارگاه خیاطی در شهرستان گناباد، برای زنان سرپرست خانواری که به دنبال کسب درآمد پایدار برای خانواده خود هستند احداث کردیم. در این طرح علاوه بر اینکه تجهیزات مورد نیاز آماده شده، برای آموزش و ارتقاء توانایی افراد مبتنی بر نیاز بازار نیز در حال هماهنگی هستیم. این پروژه را با همکاری جمعیت دستان مهرآفرین اجرایی کردیم.

۴ الی ۱۰ نفر

تعداد کارآفرینانی که می‌توانند از تجهیزات استفاده کنند.

+۱۸ تجهیزات

تعداد تجهیزات و ملزومات فراهم‌شده در کارگاه

زین ابر تر چون باران،
بیرون شو و سفر کن.
زیرا که بی سفر تو،
هرگز گهر نگردی!

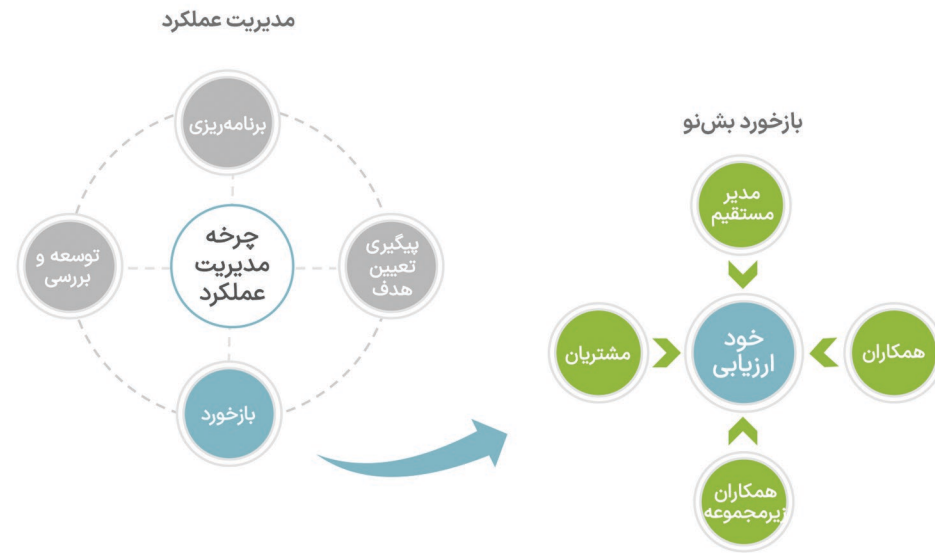
-عطار نیشابوری

— مدیریت عملکرد —

گفتن و شنیدن در سفر؛ ایجاد فرهنگ گفت‌وگو^۱ با «بشنو»

سفر فرصتی نیز برای گفتن و شنیدن است؛ فرصتی برای اینکه در برابر رخدادها، گفته‌ها و شنیده‌ها پذیرا باشیم و در آن‌ها مذاقه و تأمل کنیم. در راستای پیاده‌سازی فرآیند مدیریت عملکرد، منطبق با مدل مدیریت عملکرد آرمسترانگ بعد از مشخص شدن استراتژی‌های سازمان، نیاز بود که این استراتژی‌ها در سطح تیم‌ها خرد شوند، پس از آن اهداف افراد مشخص و نتایج هر دوره اندازه‌گیری شود تا بتوانیم برای توسعه و بهبود برنامه‌ریزی کنیم. با توجه به اینکه پروژه تحول^۲ کلید خورده بود و قرار بود استراتژی‌ها، ساختار سازمانی و نتایج کلیدی عملکرد^۳ در پروژه‌های مجزایی توسط مشاوران برتر هر حوزه پیگیری شود، فرصت مناسبی بود تا برای ایجاد فرهنگ گفت‌وگو تمرین کنیم و پیش‌نیازی برای طراحی مسیر مدیریت عملکرد در آگاه فراهم کنیم.

ایده نام‌گذاری طرح بشنو را از عبارت «بشنویم و نو بشویم» الهام گرفتیم. در این راستا سامانه‌ای داخلی با بنچمارک از نمونه‌های معتبر و موفق توسعه دادیم. در این سامانه همکاران می‌توانند به انتخاب خودشان، چند مورد از تسک‌ها و پروژه‌های خود را در معرض بازخورد قرار دهند و به ارزیابی خود بپردازند و همچنین از افرادی که علاقه‌مند هستند که نظراتشان را بشنوند درخواست بازخورد کنند. همکاران هم‌رده و غیر هم‌رده و مشتریانی که از خدمات فرد بهره می‌برند در یک بازه زمانی مشخص دعوت به ارائه بازخورد می‌شوند و در نهایت مدیر جمع‌بندی خود را با رویکرد توسعه و رشد افراد ثبت می‌کند.



- 1- Feedback Culture
- 2- Transformation
- 3- OKR: Objective & Key Results

نفسی بیا و بنشین سخنی بگو و بشنو!

در راستای فرهنگ‌سازی استفاده از این سامانه، در فاز اول در یک برنامه منظم در بازه زمانی دوماهه، آموزش‌هایی مثل فرهنگ گفت‌وگوی حضوری، جلسات یک‌به‌یک، تکنیک‌های ارائه بازخورد، امنیت در فضای گفت‌وگو، همدلی، گوش دادن فعالانه و مؤثر و خودآگاهی توسط تسهیلگران، مطالعه کتاب، دوره‌های آموزشی برای مدیران و سرپرستان را برگزار کردیم. با مشارکت مدیران ارشد و سرپرستان و استقبال از آموزش‌ها و استفاده از سامانه، در فاز دوم پروژه این سامانه در دسترس تمامی همکاران قرار خواهد گرفت.



نرخ مشارکت ۱۲۵ نفر از مدیران و سرپرستان در طرح بش‌نو



۶۰۰۰+ نفر ساعت

آموزش ارائه‌شده در دوره آموزشی بش‌نو



۱۴۰۰+ بازخورد

تعداد بازخوردهای ثبت‌شده در بش‌نو



۸۰۰+ جلسه یک‌به‌یک

تعداد جلسات یک‌به‌یک برگزارشده توسط مدیران در فاز اول



توشه راه سفر؛ جبران خدمات

برای تأمین ملزومات سفر، به توشه راه نیاز است تا همسفرانمان نیز در این مسیر آسوده سفر کنند. همواره یکی از نقاط قابل بهبود با اهمیت و با اولویت بالا برای ما در آگاه، بهبود تعادل داخلی و تعادل خارجی در حوزه پرداخت بوده است. برای این منظور ما به دنبال طراحی و استقرار مدلی شفاف برای تعیین جبران خدماتی بودیم که پاسخگوی نیازهای ما در نگهداشت همکاران فعلی و جذب استعدادها در آینده باشد و بر این اساس پروژه جبران خدمات در زمستان ۱۴۰۰ آغاز شد و اقدامات زیر انجام شد.

۱- تعریف دقیق مساله

۲- بررسی مدل‌های GGS، Mercer و Hay

۳- برگزاری جلسات با مدیران ارشد و انتخاب مدل GGS

۴- بررسی داده‌های بازار و تعیین استراتژی پرداخت^۱

۵- طراحی جدول پرداخت بر اساس استراتژی انتخابی

۶- تهیه مستندات متناسب با مدل GGS، راهنمای ارزش‌یابی^۲ مشاغل و نقشه راه^۳

۷- برگزاری جلسات با مدیران به منظور بررسی ماهیت مشاغل و اجرای ارزش‌یابی

۸- تعیین معیارهای ارزش‌یابی مشاغل و تدوین سند

۹- برگزاری جلسات با مدیران به منظور ارزش‌یابی شاغل و بررسی مجدد Grade مشاغل

۱۰- تعیین موقعیت هر فرد در جدول پرداخت و محاسبه بار مالی

۱۱- جلسات با مدیران ارشد به منظور تعیین بودجه و نهایی شدن استراتژی پرداخت

۱۲- اعمال افزایشات قانونی ۱۴۰۱، اعمال تغییرات مدل و اجرا در نرم‌افزار

۱۳- تعیین بسته پرداخت سالانه، پرداخت ماهانه و فصلی افراد، اجرای مدل در فروردین ۱۴۰۱ و پرداخت بر اساس مدل جدید

۱۴- طراحی پیل برای محاسبه سیستمی پیشنهاد جذب^۴ برای همکاران جدید در سال ۱۴۰۱

۱۵- تدوین روش اجرایی و دستورالعمل جبران خدمات کارگزاری آگاه



جلسه ۲۵

با مدیران به منظور بررسی ماهیت مشاغل و اجرای ارزش‌یابی



جلسه ۲۵

با مدیران به منظور ارزش‌یابی شاغل و بررسی مجدد Grade مشاغل




۱- Policy Line

۲- Grading

۳- Road Map

۴- Job Offer



بسیار سفر باید
تا پخته شود خامی.

-سعدی شیرازی

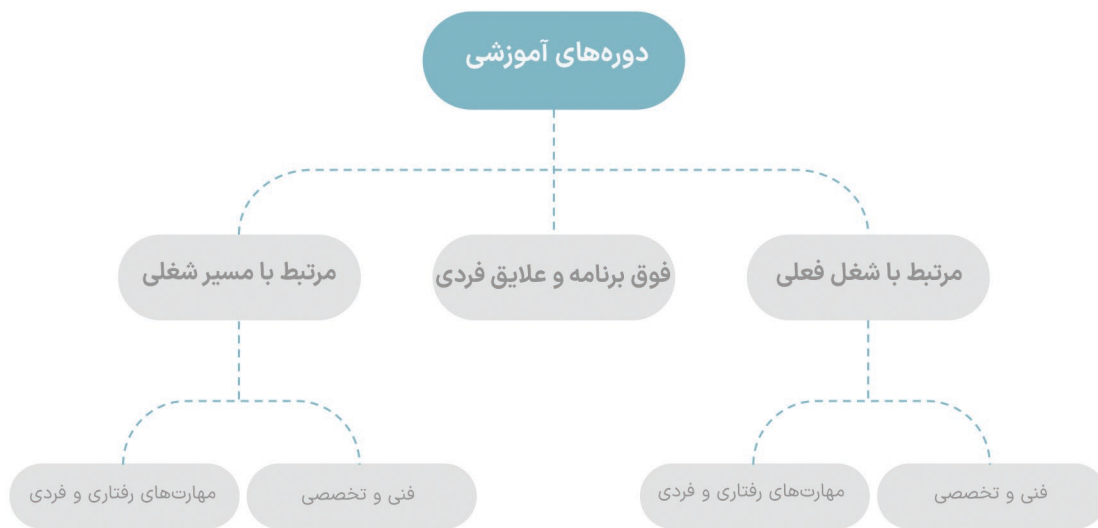
— توسعه و رشد شغلی —

سفر و آموختگی؛ طراحی مسیر یادگیری و آموزش^۱

سفر از بهترین راهها برای آموختن و از بزرگترین درسهای سفر، صبوری، قدردانی و خودشناسی است. گرچه سفر به خودی خود آموختگی به همراه دارد اما برای ایجاد جریانی هدفمند از آموزش در حین سفر برای همسفرانمان مسیر یادگیری و آموزش را طراحی کردیم.

در راستای پیادهسازی ارزش «یادگیری با اقدام آگاهانه»، به طراحی مسیر یادگیری و آموزش پرداختیم. در این مسیر با منطق بازی سازی^۲ در درجه اول سعی کردیم که همسفرانمان را به یادگیری و آموزش ترغیب کنیم و در درجه بعدی بستری برای به اشتراک گذاری دانش و تجربه ایجاد کنیم.

طراحی این مسیر را با هدف تشویق همکاران برای مشارکت داوطلبانه در یادگیری، ترغیب انگیزه همکاران برای حضور فعالانه و اثربخش در دورههای آموزشی و تشویق آنها برای به اشتراک گذاری دانش و مهارت هایشان، آغاز کردیم. دورههای آموزشی یا به صورت درون سازمانی و یا به صورت برون سازمانی طراحی و اجرا می شود.



+۵۰ دوره آموزشی 
تعداد دوره های آموزشی برگزار شده

+۱۵۰۰ ساعت 
آموزش ارائه شده در دوره های آموزشی

+۱۲۰۰۰ نفر ساعت 
نفرساعات انتقال تجربه در دوره های آموزشی

+۷۰۰ نفر 
تعداد شرکت کنندگان در دوره های آموزشی

۷ میلیارد ریال 
بودجه آموزشی هزینه شده در سال جاری

■ ■ ■ ■ ■
1-Training Procedure
2-Gamification

سفر و آموختگی؛ دوره‌های آموزشی در آگاه

در این طرح، بودجه‌ای حدوداً معادل یک پایه حقوق به هر فرد در یک سال جاری تعلق می‌گیرد. ۷۰٪ این مبلغ در جیب A برای دوره‌های آموزشی مرتبط با شغل فعلی و ۳۰٪ مابقی آن در جیب B برای دوره‌های آموزشی مرتبط با مسیر شغلی شارژ می‌شود. همچنین همه همکاران یک جیب C نیز دارند که از طریق تدریس و به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه‌شان به سایر همکاران، شارژ می‌شود و اعتبار آموزشی که کسب می‌کنند را می‌توانند صرف آموزش‌هایی متناسب با علایق فردی خود کنند.



دوره‌های آموزشی حضوری



دوره‌های آموزشی آنلاین



میزان رضایت همکاران از دوره‌های آموزشی



آن سفر کرده
که صد قافله دل همراه اوست،
هر کجا هست
خدایا به سلامت دارش.

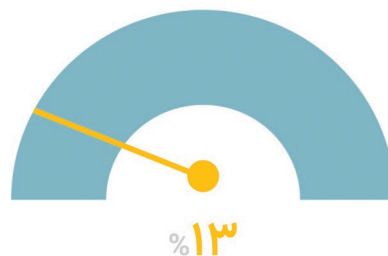
-حافظ شیرازی

— خروج مثبت —

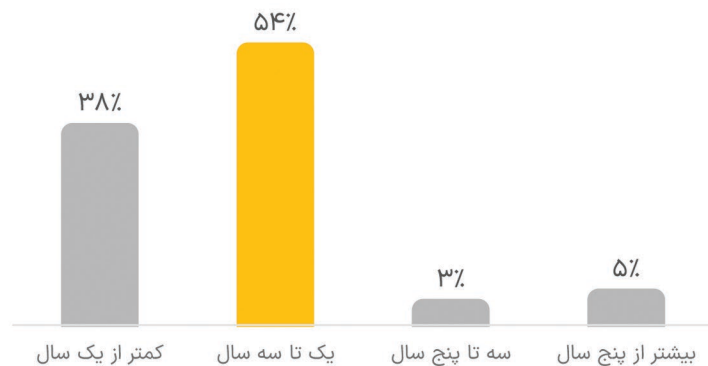
وداع با همسفران

هر سفر در لحظه‌ای خاتمه می‌یابد و همسفران با کوله‌باری از خاطره فراز و نشیب‌ها و تجربه دوستی و همراهی‌ها با هم وداع می‌کنند. این لحظه برای ما از سخت‌ترین لحظات سفر و لبریز از دلتنگی است. ما همواره همکارانی که از سازمان ما جدا می‌شوند را با آرزوی عاقبت‌به‌خیری بدرقه می‌کنیم و در راستای بهبود تجربه همکاران، دلایل خروج و ترک سازمان را بررسی و برای نگهداشت بیشتر همسفرانمان برنامه‌ریزی می‌کنیم.

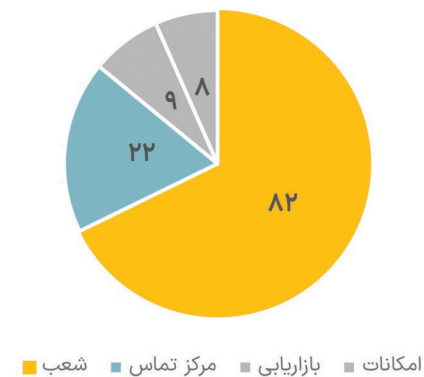
نرخ خروج همکاران



بیشترین همکارانی که در سال ۱۴۰۰ با آگاه قطع همکاری کردند یک تا سه سال سابقه کار در آگاه داشتند.



بیشترین همکارانی که با آگاه در سال ۱۴۰۰ قطع همکاری کردند از واحدهای زیر هستند.





رفتم سفر بازآمدم
ز آخر به آغاز آمدم...

-مولانا جلال‌الدین بلخی

— مسیر پیش رو —

دقت در تجربه سفر؛ پیمایش نگرش‌سنجی یک‌ماهه و سه‌ماهه

بهبود تجربه همکاران نیازمند شنیدن دغدغه‌ها و چالش‌های پیش روی آن‌هاست. در همین راستا پرسش‌نامه‌های نگرش‌سنجی یک‌ماهه و سه‌ماهه را برای همکاران جدید طراحی کردیم تا با سنجش و بررسی شاخص‌های مشخص‌شده بتوانیم به بهبود و ارتقاء تجربه شخصی همکاران کمک کنیم. بررسی و ارزیابی شاخص‌های ذکر شده در دوره‌های زمانی متفاوت در واقع بازخورد و تجربه سرمایه‌های انسانی که به تازگی به مجموعه پیوستند را نشان می‌دهد که تا چه میزان از فرآیند جامعه‌پذیری و ورود به مجموعه آگاه رضایت داشتند. همچنین بر تصمیمات تیم سرمایه‌های انسانی در جذب، توسعه مسیر شغلی و برند کارفرمایی تأثیر قابل توجهی خواهد داشت؛ لذا تداوم این ارزیابی‌ها می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود و همانند شریک استراتژیک مجموعه آگاه به پیش‌بینی و جهت‌گیری تصمیمات کمک کند.

شاخص‌های مورد سنجش در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی سه‌ماهه همکاران جدید



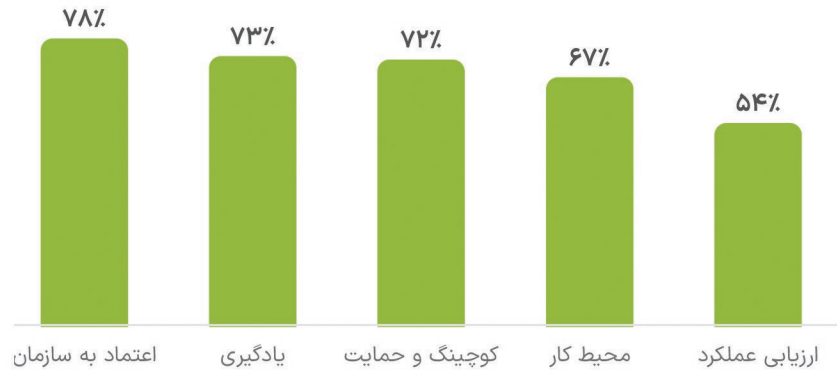
شاخص‌های مورد سنجش در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی یک‌ماهه همکاران جدید



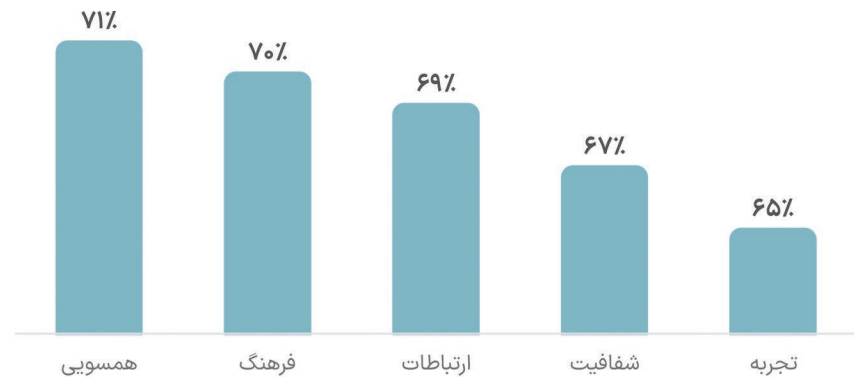
نتایج یک دوره از پیمایش نگرش سنجی یک‌ماهه و سه‌ماهه

همکاران ما در آگاه در ماه اول همکاری و ماه سوم همکاری با شرکت در پرسش‌نامه‌های نگرش‌سنجی و اعلام نظرات و پیشنهادات خود در شاخص‌های مشخص‌شده به ما کمک می‌کنند تجربه همکاری بهتری را برای آنها رقم بزنیم. این پیمایش در دو دوره در دی‌ماه و بهمن‌ماه سال ۱۴۰۰ برای اولین بار اجرا گردید و مجموعاً ۵۵٪ از همکاران جدید در این پیمایش شرکت کردند. در ادامه مسیر این پیمایش همچنان اجرا خواهد شد و متناسب با نتایج شاخص‌ها در راستای بهبود خلق تجربه همکاران گام خواهیم برداشت.

نتایج شاخص‌های مورد سنجش در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی سه‌ماهه همکاران جدید



نتایج شاخص‌های مورد سنجش در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی یک‌ماهه همکاران جدید



خالص ترویج‌کنندگان در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی سه‌ماهه همکاران جدید

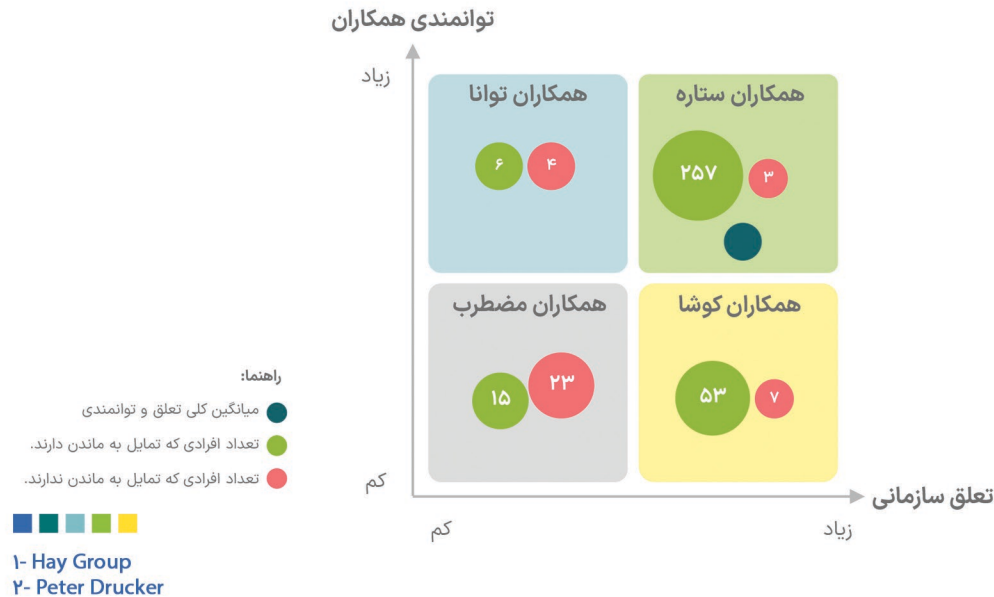


خالص ترویج‌کنندگان در پرسش‌نامه نگرش‌سنجی یک‌ماهه همکاران جدید



پیمایش نگرش‌سنجی «هی‌گروپ»^۱

«چیزی را که نتوانیم اندازه بگیریم، نمی‌توانیم کنترل کنیم و چیزی را که نتوانیم کنترل کنیم، نمی‌توانیم مدیریت کنیم»^۲. ما هم در آگاه برای این که بدانیم واقعیت موجود مجموعه به چه شکل است، نگرش‌سنجی اثربخشی «هی‌گروپ» را در دو سال گذشته در شرکت اجرایی کردیم. یکی از مدل‌هایی که طی دهه‌های اخیر وارد ادبیات مدیریت سرمایه‌انسانی شده است، مدل هی‌گروپ در اندازه‌گیری اثربخشی کارکنان سازمان است. این مدل به اثربخشی کارکنان از دو جنبه تعلق و توانمندی نگاه می‌کند؛ منطق این مدل بر این مبناست که سازمان‌های زیادی در دنیا در زمینه افزایش تعلق کارکنان اقدام می‌کنند، اما با افزایش تعلق کارکنان به تنهایی نمی‌توان انتظار بالاترین عملکرد را داشت، نیاز امروز سازمان‌ها کارکنانی اثربخش است. یعنی کارکنانی که علاوه بر تعلق، توانمند هستند و در جهت تحقق اهداف سازمانی تلاش می‌کنند. بررسی‌های جهانی نشان می‌دهد نتایج اثربخشی کارکنان در هر سازمان، منحصر به فرد هستند و تحت تأثیر عوامل مختلف در محیط کار قرار دارند. محرک‌های تعلق‌سازی بیشترین ارتباط را با توانایی سازمان برای ایجاد یک جهت‌گیری روشن و نویدبخش و ایجاد حس اعتماد در تمام سطوح رهبری دارند، در حالی که محرک‌های توانمندسازی با مسئولیت‌های شغلی و تجربه کاری روزانه کارکنان یعنی برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، فرآیندهای کاری و فرصت‌های پیشرفت در ارتباط هستند. بنابراین شناسایی میزان تعلق و توانمندی فعلی همکاران از یک سو و شناسایی عوامل موثر بر این دو عامل از سوی دیگر، سازمان را نسبت به شناخت وضعیت موجود سرمایه‌انسانی و تدوین برنامه‌های آتی در جهت اثربخشی بیشتر همکاران هدایت می‌کند.



تحلیل نتایج پرسش‌نامه‌ها نشان می‌دهد در آگاه همکاران عمدتاً در سطح همکاران ستاره قرار دارند.

همکاران ستاره افرادی هستند که هم دل‌بستگی سازمانی بالایی دارند و هم در انجام کارها مشکل خاصی ندارند. این افراد برای سازمان ارزشمند محسوب می‌شوند و سازمان باید در برنامه‌های خود، ضمن حفظ این کارکنان، تلاش کند تا سایر کارکنان خارج از این گروه را نیز به این بخش نزدیک کند.

مسیر سفر تجربه همکاران در آینده^۱

مطالعات صورت‌گرفته نشان می‌دهد که موضوعات زیر در مسیر خلق تجربه سرمایه انسانی در آینده پیش رو مهم و قابل توجه هستند. طبق نظرسنجی‌های انجام‌شده در مطالعات از بین تمامی موضوعات ذکرشده استراتژی افراد و سرمایه انسانی، رفتارهای رهبری و توسعه، مشارکت و رفاه کارکنان، سلامت و امنیت به ترتیب بیشترین امتیاز را کسب کردند و مورد توجه بسیاری از شرکت‌ها در حوزه‌های متنوع کسب‌وکار قرار گرفته‌اند. همچنین برنامه‌ریزی و پیاده‌سازی هر یک از موارد زیر در سفر تجربه همکاران از دغدغه‌های ما در آگاه است.

توانایی‌های افراد و اهمیت موضوعات رو به آینده در طول زمان تغییر کرده است. از سال ۲۰۲۱ به بعد موارد زیر جزء اولویت‌های اصلی در زمان حال و آینده شناسایی شدند.

موضوعات بااهمیت آینده

- ۱ استراتژی افراد و منابع انسانی
- ۲ رفتارهای رهبری و توسعه
- ۳ مشارکت و رفاه کارکنان
- ۴ ارتقاء مهارت، مهارت مجدد، و یادگیری و توسعه
- ۵ برنامه‌ریزی استراتژیک نیروی کار

قابلیت‌های فعلی مورد توجه

- ۱ سلامت و امنیت
- ۲ روابط کارمندان
- ۳ مدیریت سیاست
- ۴ استراتژی افراد و سرمایه انسانی
- ۵ استراتژی و فرآیند استخدام

موضوعات مدیریت منابع انسانی و افراد

خوشه‌ها	موضوعات مدیریت منابع انسانی و افراد
استراتژی، برنامه‌ریزی و تجزیه و تحلیل سرمایه انسانی	استراتژی افراد و سرمایه انسانی، برنامه‌ریزی استراتژیک نیروی کار، تجزیه و تحلیل سرمایه انسانی و گزارش
استعدادیابی	برند کارفرمایی، مدیریت اکوسیستم استعدادها، استراتژی و فرآیند استخدام، جامعه‌پذیری
توسعه و آموزش سرمایه انسانی	ارتقاء مهارت، مهارت مجدد، و یادگیری و توسعه، مدیریت مدل‌های شغلی، مدیریت استعدادهای برتر، مدیریت همکاران و جایابی
عملکرد، پاداش و مشارکت	مدیریت عملکرد، پاداش و شناخت، مشارکت و رفاه کارکنان
هدف، رفتار، رهبری و تغییر فرهنگ	هدف و فعال‌سازی فرهنگ، قابلیت‌های مدیریت تغییر، رفتارهای رهبری و توسعه، مدیریت تنوع و شمول
روابط کار و کارمندی	مدیریت سیاست، روابط همکاران، سلامت و امنیت
تحول سازمانی	اصول چابک، توسعه و طراحی سازمانی، مدیریت سفر همکاران، کار هوشمندانه، اجرای خدمات مشترک، مدیریت بازسازی
دیجیتال و فناوری اطلاعات	طراحی و پیاده‌سازی فناوری اطلاعات در سرمایه انسانی، دیجیتال، هوش مصنوعی، ابر و رباتیک در سرمایه انسانی
مدل عملیات سرمایه انسانی	سازمان و مدیریت سرمایه انسانی، خدمات مشترک سرمایه انسانی، قابلیت‌های کارکنان سرمایه انسانی



۱- Source: 2021 BCG/WFPMA proprietary web survey and analysis

روش‌شناسی تهیه گزارش و تیم اجرای پروژه

در این مطالعه، داده‌ها به طور عمده از طریق جلسه و مصاحبه با بخش‌های مختلف تیم سرمایه‌های انسانی و دریافت مستندات مرتبط از هر بخش جمع‌آوری شده است. سپس در قالب یک گزارش تحلیل و به نمایش درآمده است.



سفر تجربه همکاران در سازمان شما، یکی از مؤلفه‌های اصلی و تأثیرگذار در انتخاب محل کار ایده‌آل توسط سرمایه‌های انسانی است. مجموعه آگاه اقداماتی را در راستای خلق تجربه منحصر به فرد همکاران در یک سال اخیر به ثمر نشانده است. تهیه این گزارش دید جامعی از گام‌هایی که در این یک سال برداشتیم، به دست می‌دهد و از طریق ارزیابی و تحلیل در طراحی گام‌های پیش رو و بهبود تجربه همکاران به ما کمک خواهد کرد. مطالعه این گزارش به افرادی که علاقه‌مند به حوزه سرمایه انسانی و برند کارفرمایی هستند، پیشنهاد می‌شود.



در پایان این روایت، از همکاران واحد سرمایه انسانی که دست‌اندرکار ساختن تجربه‌ای بهتر برای این سفر هستند و البته گردآوری اطلاعات این گزارش با کمک آنها میسر شده است، قدردانی می‌کنیم.



گروه مالی آگاه



گروه مالی آگاه، اولین بار در سال ۱۳۸۴ و با تاسیس کارگزاری به بازار سرمایه کشور قدم گذاشت. در سال‌هایی که گذشت تمام تلاش‌مان ارائه بهترین خدمات و محصولات به مشتریان بازار سرمایه بوده است. امروز، آگاه با اولویت قرار دادن رضایت مشتریان خود و به پشتوانه اعتماد شما، دیگر تنها یک کارگزاری نیست... گروه آگاه جایی است که از صفر تا بی‌نهایت بازار سرمایه را در خود جای داده است.



تعداد کارکنان
۱۴۰۰ نفر



تعداد مشتریان
بیش از ۵۰۰۰۰۰ نفر



بیش از ۱۰۰ شعبه
در سراسر کشور



بیش از ۳۴۰۰۰ درصد
بازدهی در ۱۳ سال



بیش از ۸۰۰۰۰ میلیارد ریال
دارایی تحت مدیریت



تیم سرمایه انسانی کارگزاری آگاه | سفر هنوز دراز است و نیست پایانی...


 Company/Agahgroup

 Lfeatagah