



NORDIC Training International

Внедрение корпоративных ценностей. Как оживить ценности: от

слов к делу

Бизнес-игра «ЖИВЫЕ ЦЕННОСТИ»

Актуальность темы



NORDIC Training International

- ✓ В топе обсуждений профессиональных сообществ
- ✓ Самое большое количество откликов на публикации о практиках внедрения ценностей в facebook и в других социальных сетях
- ✓ В топе запросов на проведение демо-игр

**ЖИВЫЕ
ЦЕННОСТИ**

А если честно?



NORDIC Training International

1. Кто участвовал в процессе внедрения ценностей?
2. Кто доволен результатом?

**ЖИВЫЕ
ЦЕННОСТИ**

Болевые точки



NORDIC Training International

- ✓ Ценности есть, но не работают
- ✓ Сотрудники воспринимают ценности как «навязывание»
- ✓ Нет связи с существующими ценностями и реальными действиями

**ЖИВЫЕ
ЦЕННОСТИ**

3 этапа ценностного управления



NORDIC Training International

1. Выработка ценностей

2. Внедрение ценностей

3. Настройка
деятельности

Условия для изменения ценностей



NORDIC Training International

Осознание

Общение

Совместные действия

Задачи игры



NORDIC Training International

1. Понять и принять ценности компании

Связать личные и корпоративные ценности

2. Сформировать позитивное отношение к ценностям

Участники игры становятся главными действующими лицами.

3. Понять необходимость ценностей для решения вызовов и проблем

Действовать по формуле «Вызов-Ценности-Решение»

4. Практиковаться в нахождении таких решений

Требования к игре



NORDIC Training International

1. Легкость в адаптации, уникальное решение в каждом случае
2. Возможность масштабирования и легкость воспроизведения

**ЖИВЫЕ
ЦЕННОСТИ**

Игра «Живые ценности»



NORDIC Training International

«Живые ценности» - бизнес-игра для практической работы с корпоративными ценностями.

Создана NORDIC Training International в 2011 году.

Формат: настольная командная игра

Количество игроков: 15-20 человек

Длительность: от 3 до 6 часов



Фабула



NORDIC Training International

Игровая легенда:

Каждая команда (2-3 чел) должна выполнить космическую миссию

Игровые действия:

- Для передвижения с планеты на планету участникам необходимо добывать ценности в интеллектуальных битвах, аргументируя, зачем нужны ценности.
- Зарабатывают очки, предлагая решения по формуле «Вызов-Ценность-Действия»



Принятие ценностей в игре через:



NORDIC Training International

Осознание

На протяжении игры участники выбирают, осмысливают и презентуют свои личные ценности и сопоставляют их с ценностями Компании.

Общение

Игра проходит в мини-командах по 2-3 человека, все игровые действия через общение

Совместные действия

Игровая миссия.
Интеллектуальные битвы за ценности.
Мини-презентации «Вызов-ценность-решение»

ЭТАП I.



NORDIC Training International



Этап 1. Согласование личных ценностей с ценностями Компании.

Определение своих ценностей для каждого участника, презентация их, работа в команде по выявлению одной общей ценности и связь ее с ценностью Компании.

Задание участникам.



NORDIC Training International



Выберите карточку наиболее соответствующую Вашим личным убеждениям и ценностям.

**ЖИВЫЕ
ЦЕННОСТИ**



Инновации



Мы – команда



Я – лидер



Коммуникация
и Влияние



Системное
мышление



Все – для
клиента

ЭТАП II.



NORDIC Training International

Этап 2. Решение бизнес-проблемы с помощью ценностей.

Участники получают карточки с конкретной бизнес-проблемой. Задача каждой команды придумать и предложить выход из ситуации, используя корпоративные ценности. Команды делают презентацию своего решения и получают баллы за оригинальность.



ЭТАП III.



NORDIC Training International

Этап 3. Ассоциации ценностей

Как участники ассоциируют корпоративные ценности.

В творческом процессе участникам необходимо договориться внутри о том, как они ассоциируют и как они смогут представить другим командам корпоративные ценности.



По результатам игры участники будут:



NORDIC Training International

Знать:

- Корпоративные ценности;
- Основные вызовы с которыми сталкивается компания;
- Как настроить свое поведение и повседневную рабочую среду под корпоративные ценности.

Уметь:

- Аргументировать значимость каждой корпоративной ценности;
- Различать поведения соответствующее и несоответствующее ценностям;
- Действовать опираясь на корпоративные ценности;

Примеры проектов



NORDIC Training International



Примеры проектов



NORDIC Training International



Цель:

Информирование о корпоративных ценностях большого количества сотрудников.

Изменение отношения к ценностям

Результаты:

- ✓ За вторую половину 2017 г. Игру прошли более 600 сотрудников
- ✓ Формат предполагает неформальную обстановку, позволил людям раскрыться
- ✓ Изменился эмоциональный фон: от сопротивления к сотрудничеству
- ✓ Позитивное отношение к самим ценностям
- ✓ Практика в нахождении прикладных решений, основанных на ценностях

Побочный эффект:

Познакомившись друг с другом, сотрудники начали взаимодействовать.

Сарафанное радио. Сотрудники записывались самостоятельно

Примеры проектов



NORDIC Training International

Цель: повысить узнаваемость, понимание и приверженность корпоративным ценностям компании.

Решение:

- Кастомизация игры
- Обучение группы внутренних тренеров
- Планирование сетки обучения для сотрудников всех уровней компании в северо-западном регионе.
- Проведение итоговой оценки.

Выводы и уроки: что учесть



NORDIC Training International

-
- Вовлеченность первых лиц и однозначное понимание ценностей
 - Готовность топ-менеджмента моделировать собой желаемое поведение
 - Коммуникации внутри проекта, в т.ч. PR проекта первыми лицами
 - Правильный выбор внутренних тренеров и их обучение
 - Реалистичность сроков внедрения

Остались вопросы?



NORDIC Training International

Хотите знать больше о содержании игры
процессе адаптации
стоимости и других условиях работы

ФИО

КОМПАНИЯ

ТЕЛЕФОН

E-mail

Ждем Вас на выставке **HR Expo 2019** в Москве 24-25 сентября.
Стенд № **353**