

Денис Бурховецкий

# **Корпоративная магия**

Event, который работает на вас

Киев  
2020

УДК 005.35](0.062)

Б91

**Бурховецкий, Денис**

Б91 Корпоративная магия /Денис Бурховецкий — К.: «Агентство «ИPIO», 2020. – 144 с.

ISBN 978-617-7453-90-0

В этой книге на основе своего многолетнего опыта и сотрудничества приблизительно с сотней компаний автор рассказывает об использовании корпоративных мероприятий как инструмента развития корпоративной культуры компании. Она будет интересна в первую очередь руководителям фирм, их владельцам и HR-директорам, которые тратят большие деньги на организацию корпоративных праздников, но обычно проводят их для галочки и не получают от этого никакой отдачи. Кроме того, книга Дениса Бурховецкого пригодится тем, кто отвечает за корпоративные мероприятия — и организаторам, и event-менеджерам, поскольку здесь описан подход, который поможет извлекать из каждого корпоратива максимальную пользу для компании.

УДК 005.35](0.062))

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

ISBN 978-617-7453-90-0

© Денис Бурховецкий

# Содержание

Вместо предисловия . . . . .	5
Глава I. Важность формирования команды . . . . .	8
Глава II. Цель . . . . .	12
Глава III. Вовлечение в подготовку . . . . .	23
Глава IV. Подготовка сотрудниками выступлений и номеров . . . . .	30
Глава V. Это не для нас. У нас этого люди делать не будут . . . . .	37
Глава VI. Идея . . . . .	44
Глава VII. Стратегия . . . . .	48
Глава VIII. Создаем историю и традиции . . . . .	53
Глава IX. Войны между отделами . . . . .	60
Глава X. Как оценить вклад корпоратива . . . . .	64
Глава XI. Для руководителей, которые считают, что на корпоративах можно сэкономить . . . . .	71
Глава XII. Влияние на процесс в голове . . . . .	77
Глава XIII. Гормональный фон мероприятия . . . . .	82
Глава XIV. Сделайте своих сотрудников счастливыми . . . . .	88
Глава XV. Структура и ход мероприятия . . . . .	95
Глава XVI. Проработка и гибкость . . . . .	104

<b>Глава XVII. Как вести себя руководителю на корпоративе . . . . .</b>	<b>111</b>
<b>Глава XVIII. План мероприятий . . . . .</b>	<b>116</b>
<b>Глава XIX. Сотрудничество с агентствами . . . . .</b>	<b>119</b>
<b>Глава XX. Маленькие корпоративы . . . . .</b>	<b>123</b>
<b>Глава XXI. Летний корпоратив . . . . .</b>	<b>127</b>
<b>Глава XXII. Прикладные советы при организации праздника . . . . .</b>	<b>130</b>

# Вместо предисловия

*Судьбу человека задает характер.  
Судьбу организации — корпоративная культура.*

Тони Шей

Я зашел в офис компании в своем сером пальто, поспешил снять шарф и осмотрелся. За 5 минут, пока я шел в переговорную, мне улыбнулась секретарша руководителя, минутой до этого помахали девочки из отдела продаж, похлопал по плечу директор по маркетингу и обняла как хорошего друга HR-менеджер. С этой компанией я сотрудничаю более пяти лет и за это время стал для нее родным.

А сегодня я пришел, чтобы начать подготовку к корпоративному мероприятию, которое состоится через 4 месяца. Но увидев меня, все поняли, что оно уже началось. Я был безумно рад видеть каждого из них. Не офис, не договор с моим прописанным гонораром, не вкусный кофе на встрече — я был рад видеть этих людей.

Давно стало понятно, что люди — главная ценность любой компании. Не продукт, не красивый сайт и не логотип, а ЛЮДИ! Именно люди заключают договора, именно за ними переходят клиенты, именно им ты доверяешь, им улыбаешься, у них покупаешь. Только они подстегивают и мотивируют своих коллег, а из-за дружеских отношений с коллегами не хочется переходить в другую фирму с окладом побольше. Так почему же, если люди так важны, мы уделяем им и атмосфере в компании так мало времени?

Когда я прихожу к постоянным клиентам и вижу, что какой-то из сотрудников, который делал погоду и настроение в коллективе,

ушел, то кажется, что умерла частичка компании. Поэтому я считаю, что одной из главных задач руководства является создание дружелюбной, семейной атмосферы и воспитание лидеров, которые преданы вам, проактивны и готовы брать на себя ответственность. Именно таким людям уходят лучшие контракты. Возможно, сохранение одного такого сотрудника принесет вам миллионы прибыли в будущем. Где же их взять? Переманивать у конкурентов? Дорого, да и где гарантия, что этого человека не переманят и у вас?

К счастью, мне довелось не только наблюдать, но и быть причастным к выявлению и выращиванию таких лидеров. И одним из инструментов для этого являются корпоративные мероприятия.

Настало время познакомиться. Меня зовут Денис Бурховецкий, и я организую и провожу корпоративные мероприятия для компаний.

Больше всего меня расстраивает, когда корпоратив расценивают только как возможность употребить горячительные напитки в большом количестве. И еще досадней, если такая позиция идет от руководителя предприятия. Я же считаю это отличным инструментом для формирования корпоративной культуры и ценностей.

В этой книге, полагаясь на опыт многих фирм, с которыми работал, я покажу, как этот инструмент применить на практике. Многие организации тратят на корпоративы миллионы, но как же жаль, что они не приносят ровным счетом ничего в долгосрочной перспективе для компании, оставаясь сиюминутной яркой вспышкой.

Налицо массовое непонимание значимости корпоративных мероприятий в жизни компании и пользы, какую они могут принести. К сожалению, непонимание идет с обеих сторон: как руководителей и HR-директоров компаний, так и организаторов мероприятий. Для первых зачастую важно просто для галочки отдать дань традиции и дать народу в этот день выпить и отдохнуть. Для вторых важно показать хорошую картинку и получить вау-эффект.

Но что дальше? Ничего — пустота. А между тем роль такого рода мероприятий очень недооценена. Обе стороны, как правило, мыслят категориями приглашенной шоу-программы, качественной еды и выпивки. Но это ли главное? Если обратиться к истокам корпоративных мероприятий, то они были необходимы, чтобы повысить лояльность компании, позволить сотрудникам сблизиться

друг с другом и с ценностями организации. Зачастую критерием ценности сотрудника является то, насколько он воспринимает победы и поражения компании как свои собственные. Но подождите, как мы можем решить все эти вопросы, накормив его красной икрой? Это же нижняя ступень пирамиды Маслоу.

Конечно, я не призываю кормить сотрудников вареной картошкой и котлетами, но еда, выпивка и развлечения являются удовлетворением нижней части пирамиды. Безусловно, и они важны, но стоит ли делать упор только на них? Подумайте об этом перед тем, как организовывать следующий корпоратив.

Я считаю, что каждый потраченный доллар должен окупиться со временем, а не кануть в Лету вместе с пятчасовым праздником.

Вы смотрели фильм «Человек, который изменил все»? Если вкратце, он про бедную бейсбольную команду из Окленда, которая не могла соперничать с клубами толстосумов, скупающих звездных игроков. Но оклендцы поняли, что эти звезды оцениваются абсолютно необъективно. К их игровым качествам добавляется их медийность, черты характера, возраст и т.д. С помощью статистики удалось выяснить, сколько игр за сезон нужно выиграть, сколько для этого надо заработать очков и сколько занять баз. Затем оклендцы посчитали, сколько в среднем баз берет каждый игрок в лиге, и поделили полученные статистические данные каждого игрока на сумму, в которую он мог бы им обойтись. Таким образом они нашли наиболее эффективных игроков по соотношению «цена/качество» и создали команду, затратив в десятки раз меньше средств, чем более богатые клубы. И эта команда установила рекорд всех времен и народов, выиграв 20 матчей подряд. До этого никому не удавалось это сделать.

Они собрали с умом крохи со стола и заставили весь мир себя зауважать. Я не призываю вас повторять их путь. Но сам подход... Уйти от оценок только лишь внешней картинки, отбросить всю ненужную шелуху и сосредоточиться на главном. Перейти от эмоциональной оценки к эффективной — вот что действительно важно.

Конечно, здорово, если вы можете себе позволить выступление Стинга на своем корпоративе, и никто от этого отказываться не будет, но это должно быть следствием разработанной стратегии и программы, а не тем, что просто закрывает все ваши вопросы по организации.

**ГЛАВА |**  
**Важность**  
**формирования**  
**команды**



*Собраться вместе есть начало.  
Держаться вместе есть прогресс.  
Работать вместе есть успех.*

Генри Форд

Любую работу выполняет команда. И от того, насколько она слажена, зависит ваш результат. Я думаю, многие слышали слово **синергия**. Это усиливающий эффект от взаимодействия двух или нескольких факторов, характеризующийся тем, что совместное действие этих факторов существенно превосходит простую сумму действий каждого из них. Этим легко объясняется, что команда из четырех человек может выполнить намного больший объем работы, чем шесть-семь отдельно взятых людей. Иными словами, один в поле не воин.

Майкл Джордан начал карьеру в НБА в 1984 году, с 1986 года он неизменно был самым результативным игроком лиги, вошел во все залы славы, был назван величайшим игроком в истории. Но первый свой чемпионат Джордан выиграл лишь в 1991 году, когда ему было уже почти 30 лет, когда в его команде рядом с ним заблестали Скотти Пиппен и Деннис Родман. Чем, как не синергией, это можно объяснить? Ну, может, еще тем, что в финале Джордан не только набрал 30 очков, но и отдал 10 результативных пасов. Вот в чем сила командной игры!

**Поэтому чем сильнее эффект синергии в вашей компании, чем сплоченнее она, тем более амбициозные задачи вы способны решать.**

Именно во время корпоративных мероприятий вы сможете создать ситуативные команды, поставить людей в такие условия, когда им придется общаться с коллегами, узнавать друг друга, слышать и слушать.

Самое сложное — убедить участников команды отодвинуть свое эго, довериться друг другу и действовать слаженно.

Но на корпоративных мероприятиях в неформальной обстановке этого достичь намного легче. И самое главное, что эффект будет долгоиграющим. И когда сотрудники компании завтра придут на работу, то уже не будут незнакомцами. Они станут ближе всего за одну ночь. Теперь их будет интересовать личная жизнь коллег, то, как решился ваш вопрос с ремонтом машины или как ваши дети сыграли в футбол на этих выходных. Только так эффект синергии будет становиться все мощнее!

Урок, который преподают Мстители из вселенной Marvel — **ОДНО больше, чем один**. Одна команда лучше, чем одна личность. И эта разница совершенно иного порядка, чем между пятью людьми и одним человеком. Группа из пятерых участников может достичь больше одиночки, но только когда эти пятеро работают вместе как команда.

Пусть задачи становятся все сложнее и сложнее, но тон успешной командной работе задают простые вещи. Это доверие, сотрудничество, упорный труд, признательность, цель, гибкость и творчество.

В 1986 году, после вынужденного ухода из Apple, Стив Джобс купил небольшую компанию по производству компьютеров под названием (барабанная дробь...) Pixar.

В 2000 году он перенес ее в заброшенную консервную фабрику, ранее принадлежавшую компании Del Monte. В первоначальном плане было три здания с отдельными офисами для ученых-компьютерщиков, аниматоров и руководящего состава Pixar. Джобс немедленно выбросил этот план в мусорное ведро. Вместо трех строений он собирался создать единое огромное пространство с атриумом в центре.

«Философия этого проекта помещает самую важную функцию в сердце здания. Какая функция наиболее важна? Это взаимодействие наших сотрудников. Вот почему Стив разместил там огромное пустое пространство. Он хотел создать открытую зону для людей, чтобы они всегда общались друг с другом», — говорит Эд Катмулл, президент Pixar.

**Из всего вышесказанного мы можем сделать следующие выводы:**

1. Команда единомышленников способна на большее, чем такое же количество одиночек, благодаря эффекту синергии.

2. Создавайте условия, которые будут способствовать сближению и интеграции частиц вашей команды (сотрудников, отделов, департаментов).