



# JAK OPERATIVNĚ NAKLÁDAT S PRACÍ NA HOME OFFICE VE VAZBĚ NA PRODUKTIVITU FIRMY

**Mgr. Martina Hejduková**

# OBSAH PŘEDNÁŠKY



1

V JAKÉ FÁZI SE NYNÍ, JAKO FIRMA, NACHÁZÍTE ?

2

OMEZENÍ ČI ZRUŠENÍ HOME OFFICE: JAK TO KOMUNIKOVAT ZAMĚSTNANCŮM

3

TRÁPÍ VÁS NÍZKÁ PRODUKTIVITA NA HO?

4

ODCIZENÍ ZAMĚSTNANCŮ - RESOCIALIZACE

5

JAK JIM „PRODAT“ UŽITEK“ ZE ZMĚNY DOSAVADNÍHO STAVU

6

NÁVRAT DO KANCELÁŘÍ VS. HYBRIDNÍ REŽIMY – HLEDÁNÍ ŘEŠENÍ

# Můj přístup k problému – lehká úvodní diagnóza



**V jaké fázi se nyní, jako firma, nacházíte ?**

- ☐ Kde jste nyní?
- ☐ Kam se chcete dostat?
- ☐ Kolik času na to máte?
- ☐ Co je v současné situaci nejpálčivější?
- ☐ Jaké jsou výhody současného stavu?
- ☐ Kde narážíte?
- ☐ Jaké máte možnosti?
- ☐ Co po Vás chce matka?
- ☐ Jakým hrozbám čelíte?



# Pro - Contra



NÁKLADY NA PRONÁJEM KANCELÁŘÍ  
DOPRAVA DO PRÁCE A ZPĚT – ÚSPORA ČASU  
MNOŽSTVÍ E-MAILOVÉ A ONLINOVÉ KOMUNIKACE  
KONTROLA NAD VÝKONEM  
RYCHLOST ODEZVY?  
EKOLOGIE

MENŠÍ SPOLUPRÁCE  
ZHORŠUJÍCÍ SE SOCIÁLNÍ VAZBY  
JEN NĚKDO S NĚKÝM – VLASTNÍ „PÍSEČKY“ BEZ KONTROLY  
ŘIDITELNOST?  
ONLINE KOMUNIKACE STAČÍ  
CHYBÍ FLEXIBILITA A RYCHLOST ŘEŠENÍ PROBLÉMŮ

# Omezení či zrušení home office

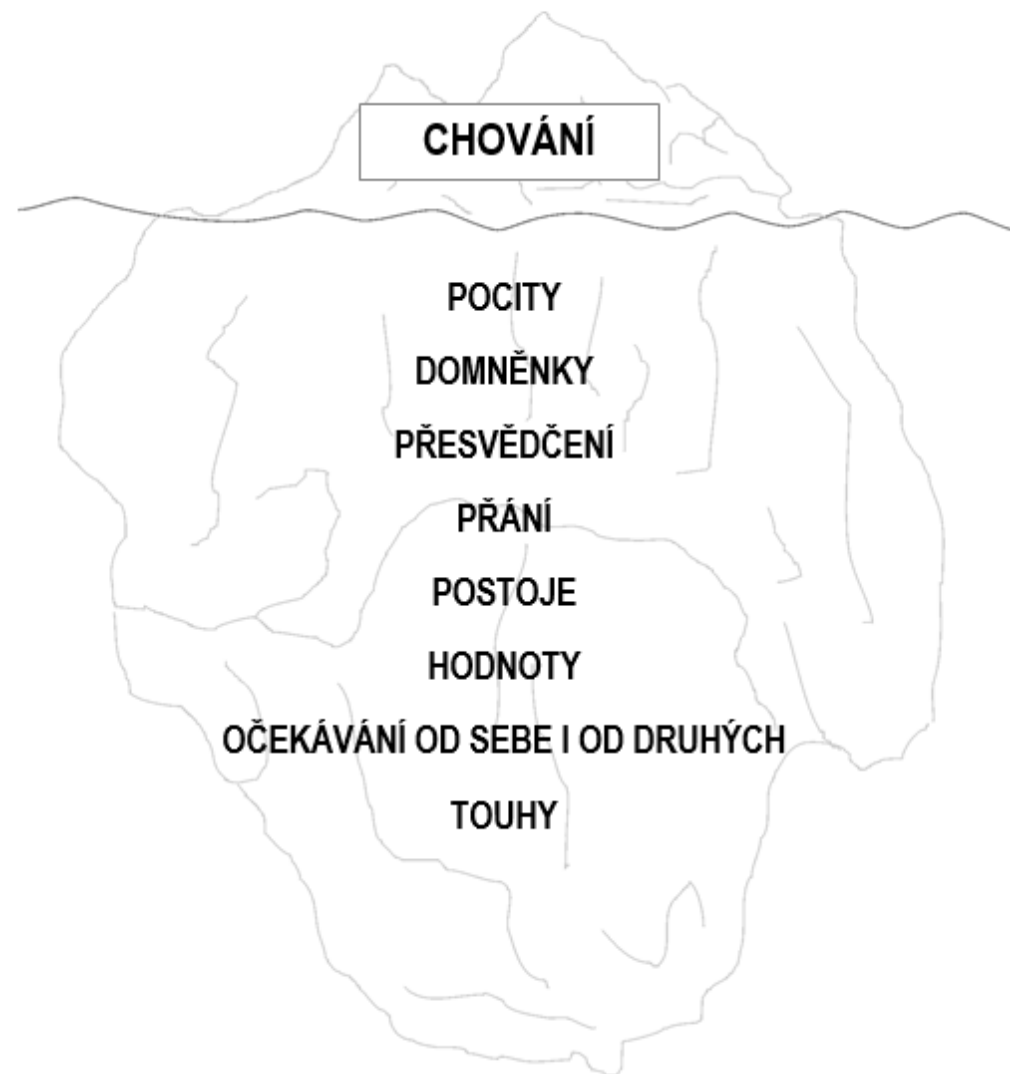
MODEL OSOBNOSTI V. SATIROVÉ

LEDOVEC



## Jak to komunikovat zaměstnancům?

- Každý jsme jiný
- Vnímáme jinak
- Jsou pro nás důležité jiné věci
- Máme rozdílné priority
- Lišíme se v motivaci
- .....
- Proto je to tak těžké jednotně nastavit a zvolit ideální cestu



# Tři čtvrtiny lidí, se kterými pracujete:



- Pracují odlišně než vy, pokud jsou ve skupině
- Odlišně plánují, pokud jsou mezi dalšími lidmi
- Motivují je jiné důvody
- Odlišují se v ochotě brát na sebe riziko
- Využívají svůj čas odlišně
- Činí rozhodnutí odlišně
- Spravují svou oblast odpovědnosti odlišným způsobem

- Pozor na domněnky
- Pozor na když já, tak on jistě taky
- Individualizace a do jaké míry?



# PROTO SI NEMYSLETE, ŽE CHÁPOU, JAKO VY



- Budete nemile překvapeni
- Mají jiná hodnotová měřítko
- Jejich vděk se liší
- Vybírají si, co se jim hodí
- Mají odlišné cíle
- **JAK TO TEDY NASTAVIT?**



# Vše je o přípravě a našem přístupu k celé záležitosti



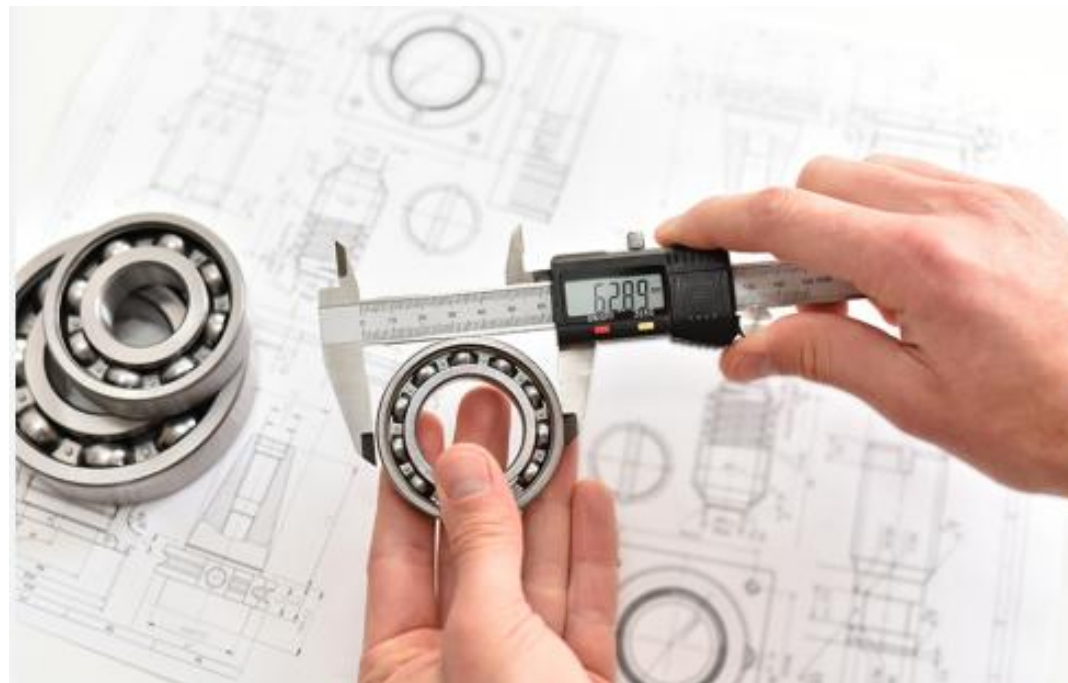
- Dokonalá příprava
- Dobrý start
- Skvělý odhad partnera\*ů
- Strategie jednání
- Typologie
- Flexibilita v průběhu jednání
- Co udělám v případě prohry



# Trápí vás nízká produktivita na home office?



- Co Vás vede ke změně stávajících podmínek?
- Čeho se obáváte?
- S čím naopak můžete počítat?
- Na koho, nebo na co se můžete spolehnout?
- Máte z něčeho strach?



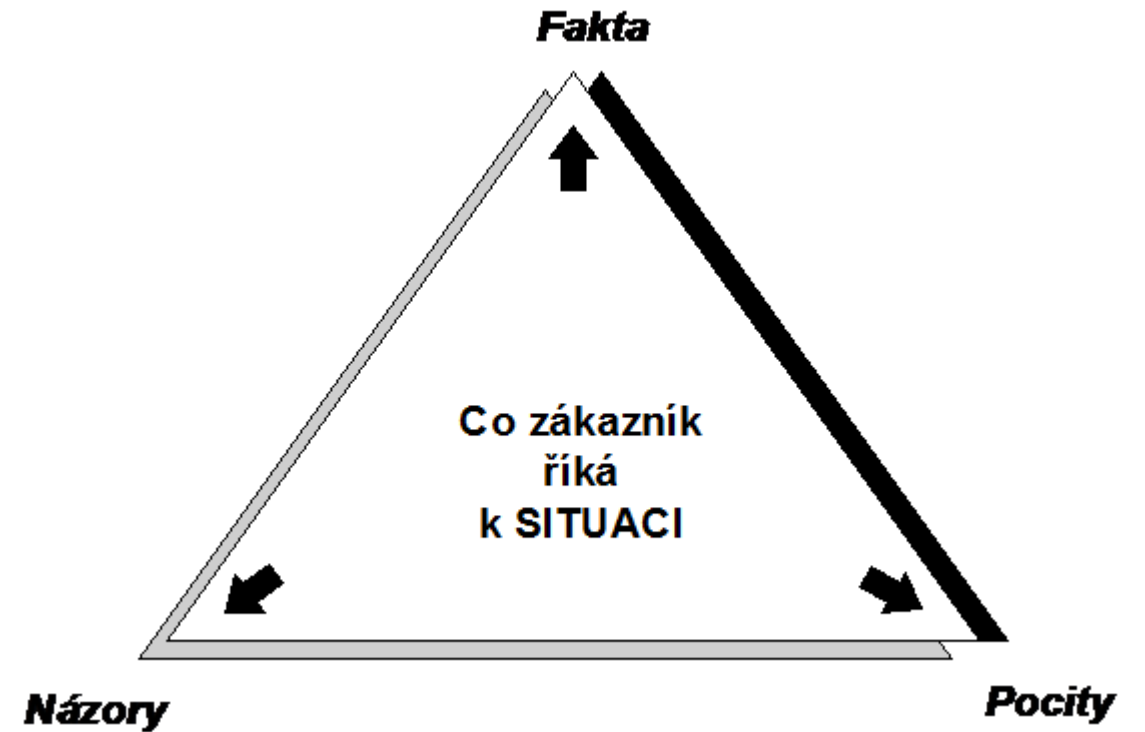
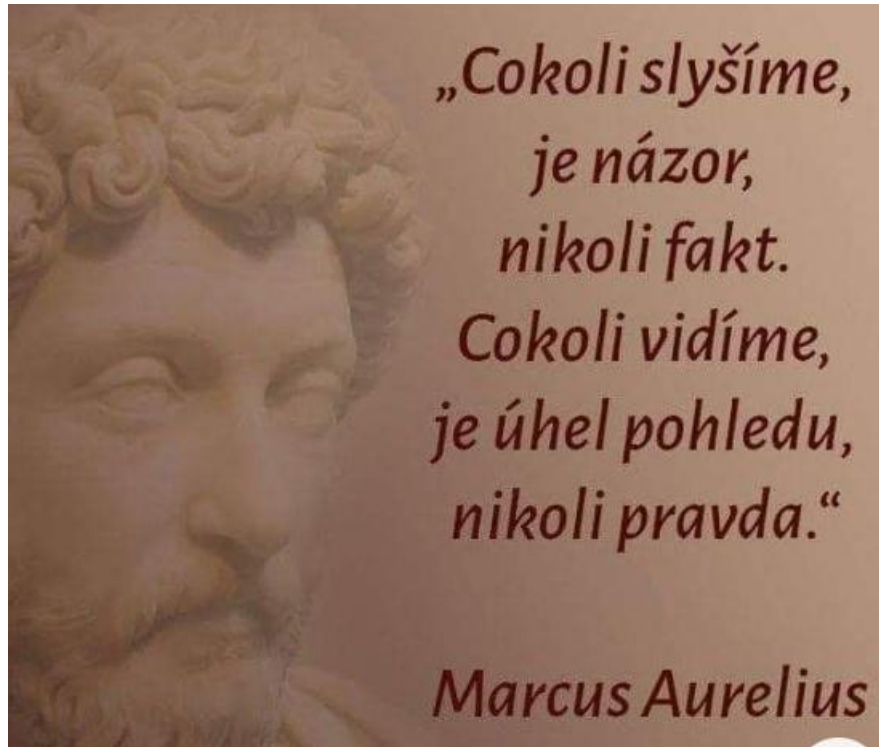
Podle čeho soudíte, že je produktivita nízká?

Máte to změřeno?.....OPRAVDU??

Jak to měříte? KPI.....objem, obrat, zisk, fluktuace,

V jakých profesích/ odbornostech a podle čeho měříte výkon jedince?

# Trápí vás nízká produktivita?..... Trojúhelník FNP



# Hlavně nepředpokládejte! Ověřujte!!!



- ✓ Ukažte partnerovi\*kolegovi\* podřízenému že když bude počítat s Vámi, budete také počítat Vy s ním.
- ✓ Zpochybňte jeho úvahu. Zakládá se na Faktech, Názorech nebo Pocitech?
- ✓ Ptejte se, abyste si ověřili kvalitu informací. Vyměňujte si informace, ale buďte opatrní.
- ✓ Snažte se nevytvořit dojem, že se obáváte výsledku\*sankcí.
- ✓ Buďte připraveni použít svoji BATNA.

Tento přístup aplikujte :

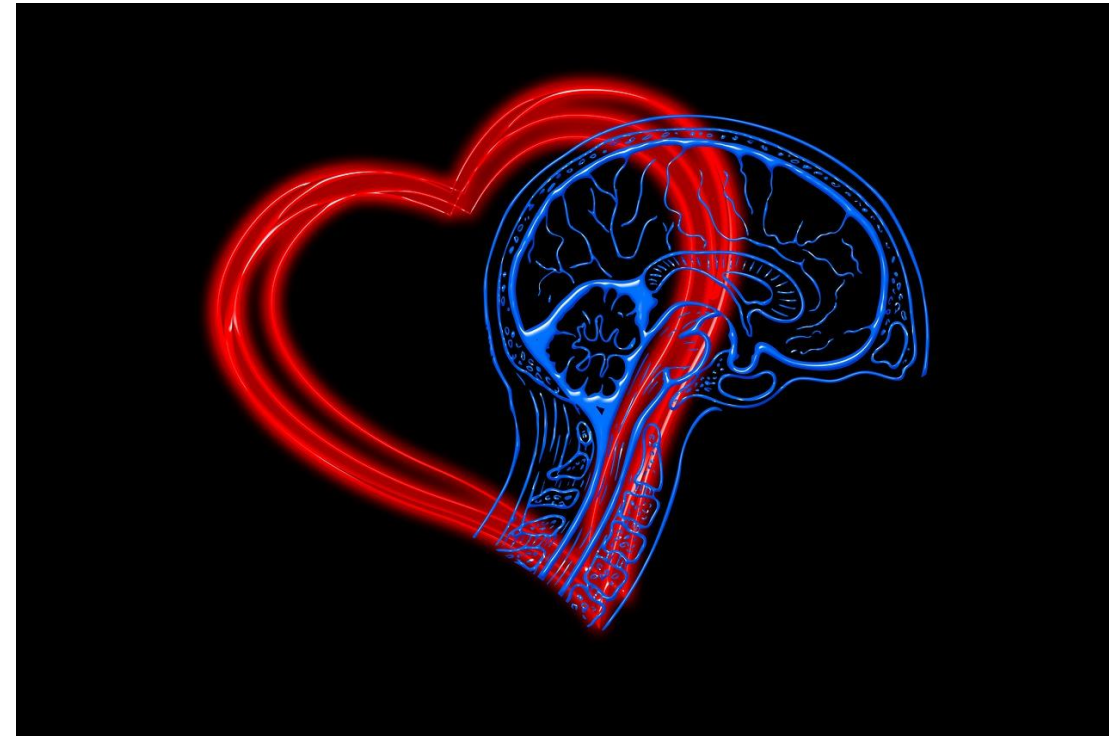
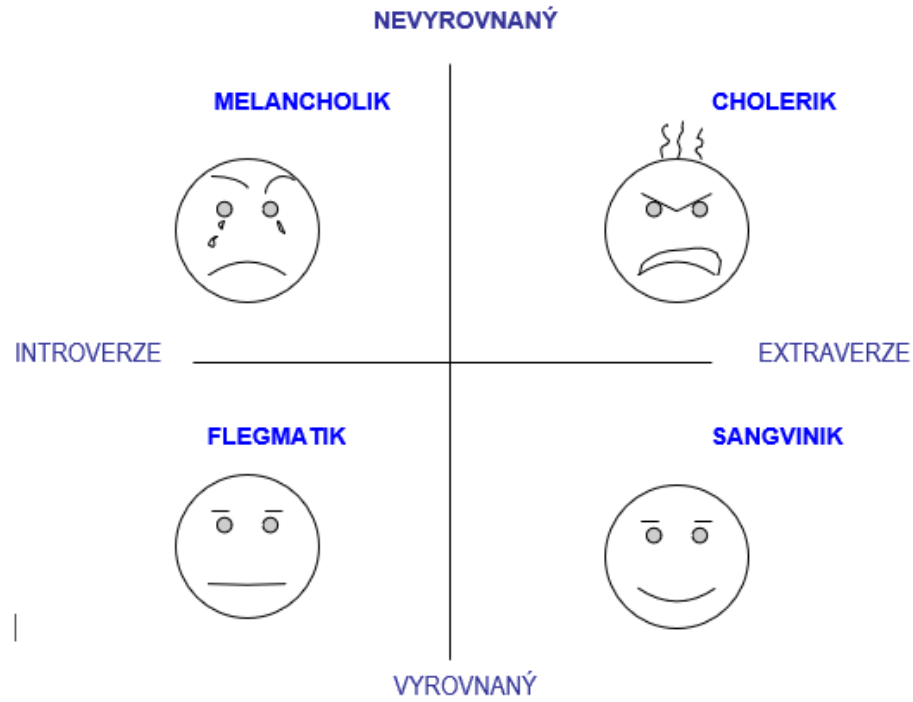
- ☐ u sebe
- ☐ U kolegy
- ☐ U nadřízeného
- ☐ U podřízeného



# Odcizení zaměstnanců - resocializace



- Introvert
- Extravert
- Kdo si na HO libuje?
- Komu ostatní chybí?



# Jak jim „prodat“ užitek“ ze změny dosavadního stavu



## → P JAKO PENÍZE

Zaměstnanec hledá především zisk a úspory.

## 6 nejčastějších motivačních faktorů

## → P JAKO POHODLÍ

Zaměstnanec se snaží především ušetřit čas, získat komfort buď prostřednictvím „balíčku“, který získává, nebo ve vztazích, které se vytvoří mezi ním a zaměstnavatelem.

## → P JAKO PÝCHA

Zaměstnanec chce zlepšit svou značkovou image pomocí sounáležitosti s firmou, dosáhnout výraz uznání ze strany pozorovatele.

## → S JAKO SYMPATIE

Zaměstnanec má sklon vytvořit si citový vztah ke značce, produktu, podniku nebo k zaměstnavateli.

## → N JAKO NOVINKA

Zaměstnanec si především přeje jít s dobou. Vše co je „nové“ ocení jako pozitivní a žádoucí.

## → B JAKO BEZPEČÍ

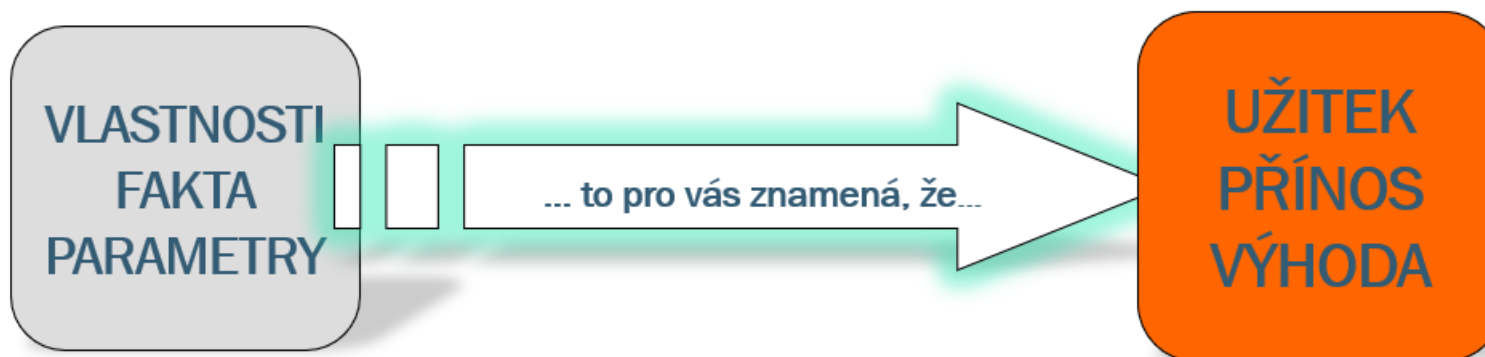
Zaměstnanec se snaží především vyloučit rizika spojená s jeho situací, s „balíčkem“, který nabízí, s kvalitou zaměstnavatele .....

# Na co Vaši zaměstnanci slyší?



Každý člověk se vždy vnitřně ptá

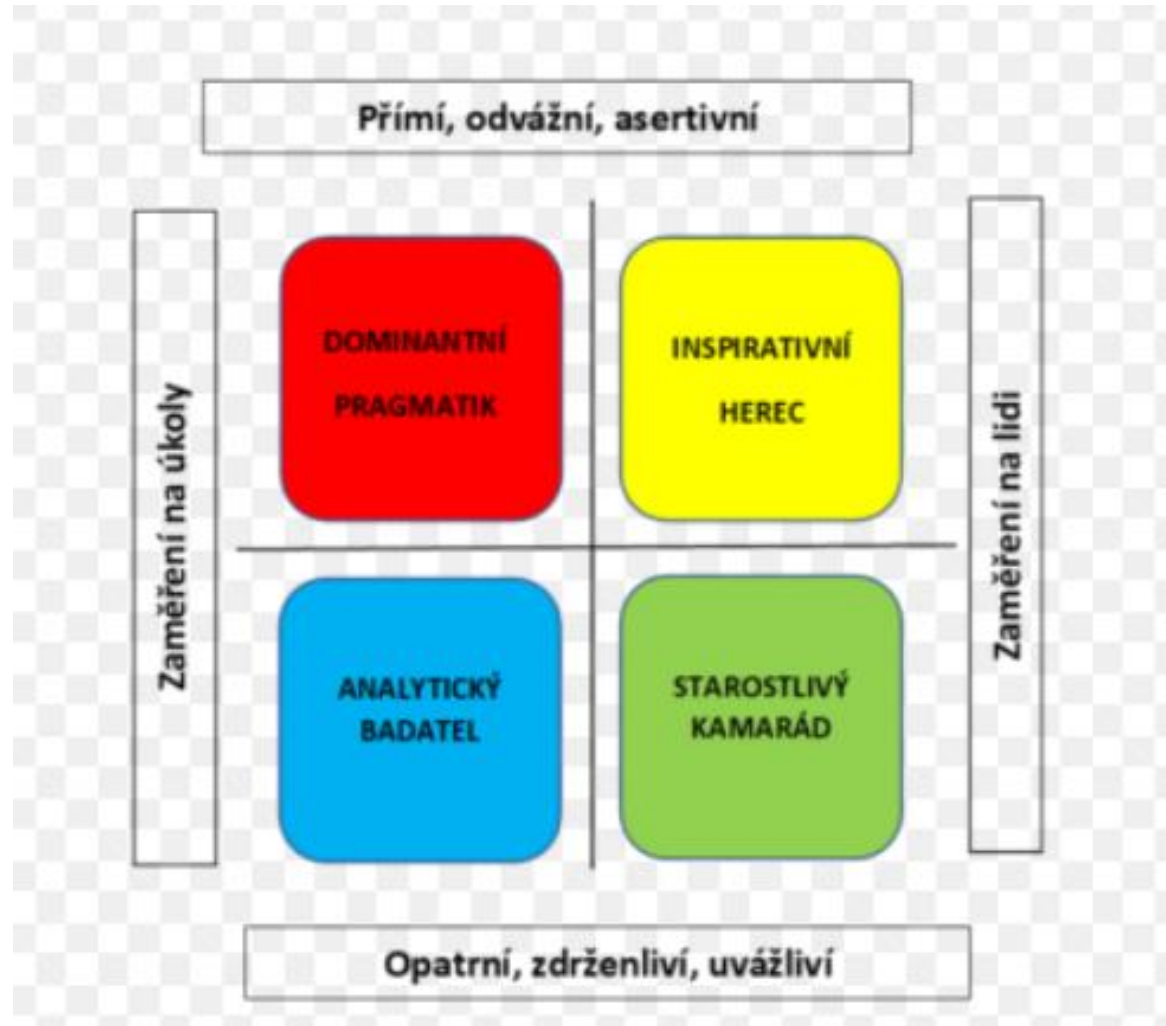
**CO Z TOHO BUDU MÍT (JÁ)?**



**Lidé „kupují“ myšlenku, produkt či službu proto, co z toho mají a co jim to přinese (jakou hodnotu).**

**Technické parametry samy o sobě neprodávají!!!**

# Jak jim „prodat“ užitek“ ze změny dosavadního stavu



# Návrat do kanceláří vs. Hybridní režimy – hledání řešení



- Jaké možnosti vůbec máte?
- Co riskujete?
- Pro jaké skupiny změnu nastavujete?  
THP, kanceláře, výroba, obchod, logistika.....
- Jak jim to všem odkomunikovat tak, aby si nezáviděli?
- Jak v případě takovéto změny využít týmového ducha firmy a firemní kultury ?



# Na co Ve Vaší firmě slyší většina



# CO SE NABÍZÍ?



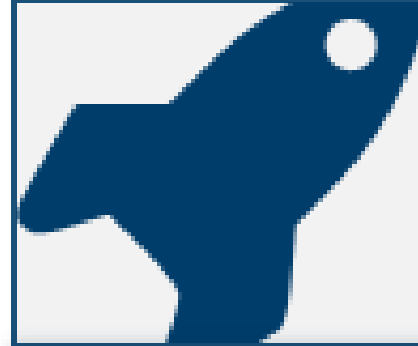
NÁVRAT NA PŮVODNÍ  
MÍSTO



SDÍLENÉ MÍSTO



KOMBINOVANÝ REŽIM



4 + 1 HO



3 + 2 HO



PÁTKY ANO/ NE



PONDĚLKY ANO/ NE



KDY URČITĚ OFFICE



VÝJIMKY



OSTATNÍ

# Shrnutí - TAK AŽ VÁM CHUTNÁ 😊



- Neexistuje jednotný návod
- Neexistuje jednotná „kuchařka“
- Příprava a „vaření“ je na Vás

## Vy jediná znáte:

- Lidský materiál
- Prostředí
- Plotnu (orgchart)
- Speciální ingredience
- Šéfkuchaře
- Recepty – nové i osvědčené
- Svoje dovednosti
- Svoje možnosti a schopnosti





# DĚKUJI ZA POZORNOST

**Mgr. Martina Hejduková**  
2025 © Nakladatelství FORUM

## Sloupec A

- výčet

## Sloupec B

- výčet

# Proces



1.

2.

# ICONS



# ICONS

