

Studija slučaja

OBI ANĐELI



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

OBI ANĐELI



■ Snaga kao temelj poslovanja i odgovornog ponašanja

- OBI je vodeći među prodajnim centrima za gradnju i dom kako na njemačkom tako i na tržištu ostalih europskih zemalja.
- OBI je prisutan u **13** europskih zemalja. U Njemačkoj ova franšiza broji **340** OBI prodajnih centara. K tomu se može pribrojiti i više od **220** prodajnih centara u inozemstvu.
- Sveukupno je grupa OBI – uključujući sve centralne tvrtke – u 2010. godini ostvarila promet od **6,2** milijardi eura.
- Poduzeće OBI internacionalno zapošljava **43.100** djelatnika.



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

■ Poslovni model u Republici Hrvatskoj

- OBI je na hrvatskom tržištu prisutan od **2007.** godine. Prodajni centri nalaze se u **Sisku, Varaždinu i Slavonskom Brodu**. OBI Hrvatska trenutno zapošljava **186** djelatnika.
- U sljedeće četiri godine **planira se izgradnja** mreže prodajnih centara **diljem Hrvatske**.
- Operativni koncepti prodaje obuhvaćaju **praćenje trendove** a raspored svih proizvoda unutar naših trgovina i intenzivnu **edukaciju djelatnika**, kako bi bili najbolja savjetodavna podrška našim kupcima.
- Jedna od ključnih odrednica je i **intenzivna suradnja i razvijanje odnosa sa svim javnostima**, posebice s lokalnom zajednicom u cilju stvaranja dodatnih vrijednosti.

■ Specifičnosti realizacije OBI filantropskih projekata

- **OBI Anđeli** projekt provodi se **dvije** godine u gradovima gdje OBI ima svoje trgovine, s ciljem pomoći nedovoljno ekonomski stabilnoj lokalnoj zajednici.
- Stoga se razvio model filantropskog projekta koji bi pobudio interes šire javnosti, medija i **izazvao pozitivne socio-ekonomske učinke** u zajednicama u kojima OBI posluje.
- **Osnovni cilj projekta jest pružanje pomoći socijalno ugroženim obiteljima, s većim brojem djece**, kako bi se sustavno doprinijelo poboljšanju njihove kvalitete života i pružanju boljih životnih uvjeta onima kojima je to najpotrebnije.
- Posebnost projekta je što su svi sudionici **volonteri**, te su od samog početka uključeni u osmišljavanje projekta (vizualizacija- logotip, odabir obitelji i sl.)

OBI ANĐELI



■ O projektu

Ciljevi projekta:

- poboljšati životne uvjete obiteljima s više djece
- učvrstiti povjerenje javnosti- pokazati kompetentnost zaposlenika
- komunicirati OBI stav: čovjek u središtu interesa
- OBI kao partner lokalne zajednice

Vremenski period provođenja radova: 1 mjesec (15.09.- 14.10.2011.)

Način provedbe:

- odabir obitelji u suradnji s nadležnim institucijama (Centar za soc. skrb i dr.)
- odvajanje sredstava i planiranje projekta
- volonteri kao nosioci projekta
- konstantno interno i eksterno komuniciranje sa svim ključnim javnostima



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

OBI ANĐELI



■ Pružanje pomoći obiteljima

OBITELJI (kojima je pružena pomoć):

SISAK, obitelj Sekereš, **6** djece

Renovirali smo **2 sobe i hodnik**.

Projekt je provelo od strane **14** OBI volontera.

SLAVONSKI BROD, obitelj Zelihić, **7** djece

Uredili smo **potkrovlje i 3 dječje sobe**.

Projekt je provelo od strane **20** OBI volontera.

VARAŽDIN, obitelj Vrbanić, **4** djece

Uredili smo **potkrovlje, 3 dječje sobe, kupatilo i hodnik**.

Projekt je provelo od strane **15** OBI volontera.

Ovim projektom poboljšani su životni uvjeti 23 ljudi!



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

OBI ANĐELI



■ Evaluacija projekta

OBI Anđeli projekt 2010 + 2011

- obnovljen dom **6** obitelji
- pruženi adekvatni stambeni uvjeti za **33** djece= sveukupno **45** osoba
- u projektu sudjelovalo više od **70** OBI volontera
- uloženo u projekt: **60.000,00 eura**
- vrijednost ukupnih radova veća od: **100.000,00 eura**
- vrijednost medijskih objava: **294.046,00 eura**



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

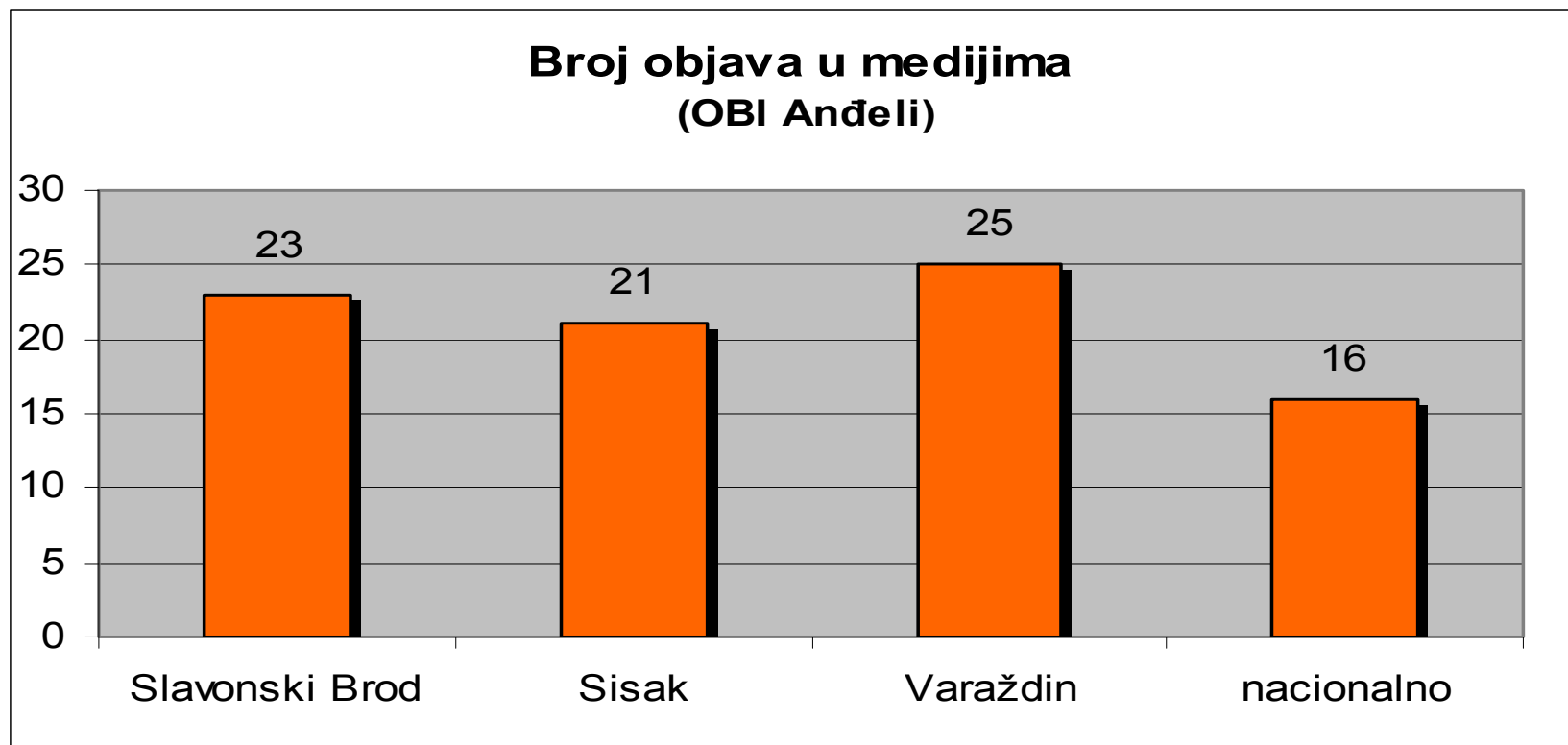
■ Interna komunikacija projekata i benefiti

- Uspjeli smo **razviti i ojačati odnose** između naših zaposlenika. Zaposlenici su dobili priliku **pokazati i razviti svoj potencijal** i novi- dosad nepoznat skup vještina (npr. prodavač je postao vodoinstalater, projektant, dekorater, voditelj tima i sl.)
- Tvrtka je pružala priliku zaposlenicima da pokažu svoje organizacijske sposobnosti, te vidjeti reakciju zaposlenika u novim i nepredvidljivim situacijama, te im je **omogućeno napredovanje** u njihovom djelokrugu poslovanja.
- Zaposlenici su imali priliku vidjeti kako OBI, kao društveno odgovorna tvrtka, djeluje na licu mjesta, te daje priliku za bolji život **osobama iz njihove životne zajednice**.
- Zaposlenici su preuzeli aktivnu ulogu u promicanju ciljeva i planova tvrtke. Razvilo se **volonterstvo kao nov način života i životnog stava**, što ih je prema njihovim riječima oplemenilo i pružalo zadovoljstvo.

■ Eksterna komunikacija i suradnja s medijima

- Mediji su također sve više i više zainteresirani **za pojedinačne slučajeve, stvarne priče**, stvarnu akciju pružanja pomoći, a donacije dobrotvornim organizacijama, koje uključuju samo novac- manje su “in”.
- Suradnja tvrtki s lokalnom zajednicom na projektima, koji uključuju ljudske sudbine, **pobuđuju interes javnosti**- stoga je podrška **medija kao kanala komunikacije od velike važnosti**.
- Važnost projekta za cijelu zajednicu- **kroz koji se javnost može identificirati** s tvrtkom.
- Kroz aktivnosti u projektu OBI je također pokazao kako je lako provesti radove u domaćinstvu - s pravom pomoći OBI zaposlenika. Ovim projektom **OBI je postavio novi standard** suradnje lokalne zajednice, tvrtke i zaposlenika- što su mediji prepoznali i popratili.

- Eksterna komunikacija i suradnja s medijima 2011
(TV, tisak, radio i internetski portali)



■ Filantropija kao strateška odrednica

- U svim regijama u kojima je OBI prisutan žive obitelji s više djece, a sa izuzetno niskim primanjima **i bez mogućnosti adaptacije svojih domova**. Takve životne priče **pobuđuju interes šire javnosti, ali i ciljane javnosti- naših kupaca**.
- Opća percepcija svih dionika da su inicijalni projekti **rezultirali višestrukim koristima** za sve one koji su u njima sudjelovali, posebice obitelji kojima je pružana pomoć.
- Ovakva vrsta projekta je zanimljiva za **stvarne ljude i obitelji** - nešto sa čime se javnost može identificirati, te je takav način humanitarnog djelovanja puno efikasniji.
- **Pozitivna slika poduzeća** u javnosti utjecala je na veću **lojalnost postojećih kupaca**, potencijalno **privlačenje novih kupaca**, te ostvarenje većih prihoda.

■ Budućnost projekta- što slijedi?

- Projekt će se provoditi i u **2012.** godini.
- **U fokusu** će i nadalje biti **obitelji** kojima je potrebna pomoć.
- Provest će se **optimalizacija i unapređenje modela** pružanja pomoći. Pokušat ćemo još više **senzibilizirati javnost** o potrebama i poteškoćama u zajednici u kojoj djelujemo.
- **Intenzivirat** ćemo **suradnju** s mjerodavnim institucijama.
- Poboljšat ćemo suradnju i **s našim zaposlenicima/ volonterima**, uvažavajući njihove prijedloge i ideje.
- **Otvorit** ćemo **mogućnost** uključenja i drugih subjekata u naš projekt.

OBI ANĐELI



Ne tražite manu, tražite rješenje. (Henry Ford)



EU-funded



DRUŠTVENO ODGOVORNO
POSLOVANJE U HRVATSKOJ

Hvala na pažnji !

Irena KROBOT

*Asistent Voditelja središnjice
Korporativne komunikacije*