



Názor zaměstnanců na prvním místě

**Případová studie ze série
„Průkopníci ESG v ČR“**

Visibility Digital s.r.o.

Názor zaměstnanců na prvním místě

Ve společnosti zavedli proces „onboardingu“ s novým klientem, v rámci které hodnotí naplňování očekávání spolupráce, a to včetně spokojenosti vlastních zaměstnanců s klientem. Dokonce jsou na jejím základě připraveni spolupráci ukončit, i když to není jednoduchý proces. Při rozhodování o spolupráci se totiž musí vybalancovat prospěšnost takového kroku pro atmosféru ve firmě (spokojenost zaměstnanců, soulad s firemními hodnotami apod.) a existenční záležitosti (finanční přínosy spolupráce).

Na základě podnětu od zaměstnance, který byl diskutován napříč společností, byla například nedávno ukončena spolupráce s jedním z klientů. Firmu to sice stálo peníze, ale současně pro ni bylo stejně důležité o tohoto zaměstnance nepřijít. Podobným způsobem jsou řešeny i obchodní příležitosti nebo další spolupráce na projektech napříč odvětvím.

Přístup k ESG

Společnost působí primárně v oblasti služeb, a tak řeší udržitelnost hodně z pohledu lidí – aby byli za pár let sebevědomější, úspěšnější, spokojenější zaměstnanci a nejen vyčerpaní z práce. Vzhledem k oblasti působení je tak mnohem větší důraz kladen na sociální udržitelnost než ekologii nebo governance. Tento přístup je jedním z argumentů pro potenciální zaměstnance a jejich zájem o práci ve společnosti. Svým postojem se také snaží omezit fluktuaci, neboť v mediální a marketingové branži je přetahování zaměstnanců ze strany konkurence poměrně časté. A čísla to potvrzují – dosahovaná 4% fluktuace je hluboko pod průměrnými čísly podobných odvětví.

Role udržitelnosti ve firmě

Hybatelem myšlenky udržitelnosti je její aktivní majitel Vojtěch Foukal. Konceptněji se společnost problematikou ESG začala zabývat v roce 2021. Zacielení na téma je úzce spojeno s ekonomickým růstem. Ruku v ruce s růstem začala VISIBILITY Digital efektivněji využívat své přebytky. Tento krok vnímá jako logický krok pro koncepční aktivity v oblasti udržitelnosti. Snaží se tlačit na kultivaci B2B prostředí např. předefinováním nákupních kritérií – větší zohledňování kvality, lokálnosti apod., nikoliv jen nejnižší ceny.

Charakteristika firmy

Digitální agentura nabízející služby v oblasti marketingových strategií, performance marketingu, SEO, UX a tvorby obsahu pro sociální sítě.

Česko-slovenská společnost s více než 80 zaměstnanci. Dceřiná společnost v ČR byla založena v roce 2009.

Motto společnosti je *výkon, inovace, udržitelnost.*