



CUM SĂ ANGAJAȚI ȘI SĂ PĂSTRAȚI CEI MAI BUNI ȘOFERI

**8 sfaturi practice pentru flotele de transport
pentru a atrage campionii șoselei!**

CUPRINS

SFAT 1

Cum să vă cunoașteți mai bine ca angajator — 4

SFAT 2

Atragerea candidatului potrivit — 6

SFAT 3

Strategii de recrutare a tinerei generații — 8

SFAT 4

Disponibilitatea față de noii candidați — 10



SFAT 5

Întâmpinarea noilor angajați

— 12

SFAT 6

Grija față de șoferii dumneavoastră

— 14

SFAT 7

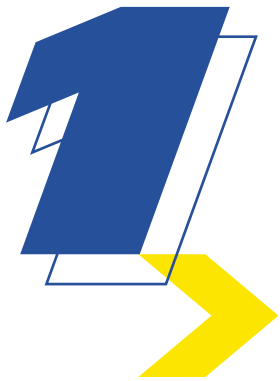
Propuneți un traseu de carieră clar

— 16

SFAT 8

Interviul de plecare

— 18



CUM SĂ VĂ CUNOAȘTEȚI MAI BINE CA ANGAJATOR

Piața angajărilor este un mediu competitiv, de aceea este la fel de important pentru o companie să se „vândă” efectiv față de potențialii angajați noi. Însă dacă doriți să păstrați noi angajați, trebuie să vă țineți de promisiuni. Cel mai bun mod de a reuși acest lucru este să cunoașteți cu adevărat punctele tari și cele slabe ale companiei dvs.

PASUL1: SUNTEȚI UN ANGAJATOR BUN?

Acest proces începe prin a vă uita în oglindă pentru a vă cunoaște mai bine ca angajator.

- Rezervați-vă timp suficient pentru **analiza valorile și misiunile** activității dumneavoastră. Ce este mai important pentru dumneavoastră - serviciul clienți, viteza de livrare, cultura companiei? Cum vă prioritizați timpul și resursele? Aveți ca obiectiv dezvoltarea afacerii dumneavoastră? Sau construirea unor relații puternice în cadrul comunității dumneavoastră locale?
- Puneți-vă întrebarea: mi-aș dori să lucrez pentru mine? **Evaluați-vă promisiunile pe care le faceți** noilor angajați și propriei echipe – începând de la salariu și până la beneficii și prime. Vă respectați în mod regulat promisiunile?

Conform unui studiu Mckinsey¹ dacă un angajat simte că obiectivele personale corespund celor adoptate de companie, acest lucru îi sporește gradul de implicare și fidelitate, mărind șansele ca acesta să recomande compania dumneavoastră altor persoane din cercul său social.



PASUL 2: CE VĂ FACE SPECIAL?

După o cercetare aprofundată, **organizați-vă gândurile realizând o analiză a** elementelor următoare: Puncte tari - (Strengths), Puncte slabe - (Weaknesses), Oportunități - (Opportunities) și Amenințări - (Threats), conform procesului denumit „analiza SWOT“:

- Dacă vă cunoașteți **Punctele tari, Punctele slabe, Oportunitățile și Amenințările**, veți putea păstra șoferii buni și atrage alții noi.
- Aplicând această analiză, gândiți-vă la **modul în care vă desfășurați activitatea, posibilitățile de ameliorare și modul în care puteți anticipa oportunitățile și provocările**.
 - Cum vă puteți vinde în mod optim Punctele tari pentru a atrage viitori angajați?
 - Oferiți un salariu mai bun sau beneficii mai mari? Rute mai bune? Camioane mai bune?
 - Cum puteți ameliora un Punct slab pentru a-i mulțumi pe șoferii dumneavoastră?
 - Trebuie să oferiți echipamente mai bune? Condiții de lucru mai bune?
 - Ce oportunități puteți exploata pentru a vă construi flota?
 - Puteți integra tehnologii noi în procesele dumneavoastră?
 - Cum puteți minimaliza o Amenințare?
 - Analizați ce oferă angajatorii concurenți și oferiți și mai mult!

PASUL 3: VORBIȚI CU ANGAJAȚII DUMNEAVOASTRĂ ȘI ASCULTAȚI-I

Următoarea etapă este **implicarea eficientă în relația cu angajații dumneavoastră**.

- **Petreceți timp cu aceștia**, fie individual, fie în grupuri mici de lucru, pentru a înțelege cu adevărat ce îi motivează și ce îi face să se implice. Ce griji sau preocupări au? Ce îi determină să rămână în companie sau ce ar putea să îi facă să își caute alt loc de muncă?
- Stabiliți dacă **perspectiva lor asupra companiei corespunde cu perspectiva dumneavoastră asupra companiei**.

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre Cum să ne cunoaștem personalul – iată ce ne-au răspuns²:

“...este vorba despre onestitate și adoptarea unei atitudini pline de grijă – încercăm să organizăm zile de relaxare pentru personalul nostru odată la trei luni.”

— proprietarul unei companii de transport franceze

“Când sosesc șoferi noi la firmă, directorii cu experiență îi invită la prânz și îi pun în legătură cu unul dintre șoferii cu mai multă vechime pe parcursul primelor săptămâni.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

(1) studiu în scop individual McKinsey, august 2020 – (2) conform studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei de șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker and Michelin în luna martie 2022



2

ATRAGEREA CANDIDATULUI POTRIVIT

Angajații sunt la baza flotei noastre, ceea ce înseamnă că trebuie să fie calificați, dedicați și implicați. Găsirea celei mai potrivite persoane pentru compania dumneavoastră este o provocare, dar aceste sfaturi vă vor ajuta să începeți căutarea până ce o veți descoperi!

ECONOMISIȚI TIMP DIN ETAPA PRELIMINARĂ

Înainte de toate, trebuie să **redactați o fișă a postului clară și completă**. Dacă publicați aceeași fișă de câțiva ani, ar trebui să vă rezervați timp să faceți o ședință cu membrii echipei actuale, pentru a le cere părerea și să redactați un anunț de angajare actualizat și mai relevant.

- Fișa postului trebuie să fie **atrăgătoare, clară și la obiect**.
- **Utilizați limbajul inclusiv**. Studiile¹ arată că redactarea neutră din perspectiva genului (el/ea/ei/ele) atrage cu 42% mai mulți candidați decât limbajul de gen. Nu uitați, femeile candidate reprezintă aproape jumătate din piața de angajare!
- **Fiți sincer și direct** în legătură cu așteptările și realitățile de la locul de muncă
- **Manifestați o atitudine bazată pe angajat** și subliniați modul în care munca lor va contribui la dezvoltarea societății, a pieței și, mai ales, a angajaților înșiși.

**UTILIZAREA REDACTĂRII NEUTRE
DIN PERSPECTIVA GENULUI
ATRAGE CU 42% MAI**

42%

MULȚI CANDIDAȚI!



DAȚI DOVADĂ DE FLEXIBILITATE

Nu uitați că trăim în era digitală, iar candidații, în special generațiile mai tinere, sunt obișnuiți să comunice online și prin videoconferință.

- **Faceți o preselecție a candidaților** prin telefon sau interviuri video, pentru a economisi timp în beneficiul tuturor.
- Un studiu efectuat de Gartner² arată că 86% din companii au realizat interviuri prin videoconferință în timpul pandemiei. Și conform unui studiu HireVue³, efectele sunt de durată: 23% dintre companii organizează exclusiv interviuri la distanță și după ridicarea restricțiilor legate de pandemie.
- O altă tendință se dezvoltă: **interviurile cu candidații prin mesaje text**. Deși poate părea impersonal, această modalitate permite candidaților să răspundă la întrebări în timpul orelor de lucru, nefiind obligați să își ia liber pentru un interviu. Probabil că veți dori să adoptați și alte metode de interviu, dar acesta este un beneficiu clar pentru cei care sunt deja în câmpul muncii.
- **Evitați apelurile excesive** și când invitați candidații, organizați astfel încât să se întâlnească cu mai multe persoane în același timp.

VINDEȚI-VĂ COMPANIA ȘI CULTURA

Nu uitați că **și dumneavoastră sunteți supuși unui interviu, nu numai candidații!** Utilizați procesul de interviu pentru a găsi persoana cea mai compatibilă. Prezentați-le în mod comercial valorile companiei, mediul de lucru, cultura companiei dumneavoastră și alte beneficii și avantaje. Înainte de toate, **fiți onești și direcți** – va trebui să vă respectați promisiunile după angajare. Conform Ministerului muncii din SUA, o **angajare nepotrivită** poate costa o companie cel puțin 30% din câștigurile pe un an ce pot fi aduse de angajatul respectiv.

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre atragerea candidatului potrivit – iată ce ne-au răspuns⁴ dintre ei:

“Este o combinație între salariu și program flexibil de lucru, îndeosebi în sectorul camioanelor ce deservește aeroporturi.”

— proprietarul unei companii de transport germane

“Trebuie să ieșiți în evidență față de ceilalți, deoarece piața de acum este o piață “a angajaților”. Trebuie să vă întrețineți o imagine bună și să prezentați concret beneficiile pe care le oferă compania dumneavoastră.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“Pentru a ameliora procesul de recrutare, am redus numărul de interviuri per candidat – de la patru la două interviuri.”

— proprietarul unei companii de transport franceze

“Redactați anunțuri de angajare care prezintă o « carieră în managementul transporturilor » și nu doar un post de șofer.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

(1) Studiu ZipRecruiter “milioane de anunțuri de angajare” 2016 – (2) Sondaj cu participarea a 334 manageri de resurse umane, desfășurat în aprilie 2020, Gartner HR – (3) Raport de tendințe globale HireVue 2021 – (4) Mărturiile culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei de șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker and și Michelin în luna martie 2022





STRATEGII DE RECRUTARE A TINEREI GENERAȚII

Companiile de transport rutier din toată lumea se orientează către un nou grup de talente: Angajații din Generația Z1 . Generația Z de astăzi are între 20 și 30 de ani. Ei sunt prima generație „nativă digitală”, ceea ce înseamnă că au crescut de la bun început în epoca tehnologiei. Acești tineri angajați sunt în permanență conectați – fie pe rețelele de socializare, în streaming, pe jocuri sau... în căutarea unui loc de muncă. Trebuie să intrați în legătură cu ei direct acolo!

LIMITA TEHNOLOGICĂ DISPARE

Ceea ce a început sub denumirea de „social media” s-a extins mult, depășind sfera de prieteni, glume și poze din vacanță. Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn și TikTok au estompat granițele dintre **rețelele sociale profesionale și cele personale**. Viitorii dumneavoastră angajați își petrec timp online pentru a se distra, dar în același timp pentru a-și cauta de lucru.

FIXAREA UNEI BAZE

Deși nu este singurul instrument pe care îl dețineți, **site-ul web al companiei dumneavoastră este inima prezenței online**. Asigurați-vă că pagina de pornire și procesele de aplicație la joburi sunt adaptate pentru modurile de navigare de pe mobil. Toate conturile dumneavoastră de social media ar trebui să trimită prin link la website, deci verificați dacă are tot ce își poate dori un viitor candidat:

- Fișele de post actualizate
- Înregistrări video și imagini legate de recrutare
- O descriere a companiei, care să cuprindă beneficiile, avantajele și cultura

96%

**96% DIN
GENERAȚIA Z DEȚINE
UN SMARTPHONE ²**



FIȚI IMPLICAȚI ȘI SINCERI PE REȚELELE SOCIALE

Dacă nu ați făcut-o deja, este momentul să vă **creați o prezență online** pe diferite platforme de social media, pentru a începe o relație cu cei din Generația Z. Acești nativi digitali petrec aproximativ șase ore pe social media în fiecare zi! ³

- **Publicați videoclipuri cu angajații** care doresc să participe la **site-ul dumneavoastră web și la social media companiei**: aceștia pot vorbi despre experiențele lor personale, pot evidenția aspecte pozitive ale locului de muncă și pot împărtăși motivele pentru care le place să lucreze pentru compania dumneavoastră.
- Invitați-i pe angajați să **distribuie postările pentru a extinde** grupul țintă la care ajunge informația în comunitatea camionagiilor.
- **Creați anunțuri de angajare**, imagini și videoclipuri care prezintă o carieră în domeniul camioanelor, viața de zi cu zi, cultura companiei și avantajele.

PUNEȚI ACCENTUL PE ASPECTELE CHEIE

Obiceiurile online ale generației Z diferă de cele ale generațiilor mai vechi. De exemplu, doar 30 la sută sunt activi pe LinkedIn, însă aproape jumătate sunt pe TikTok și un număr mai mare sunt pe Instagram. Acești giganti ai rețelelor de socializare țin pasul cu obiceiurile publicului lor, iar unii au început chiar să **să integreze instrumente de căutare a locurilor de muncă în platformele respective**. TikTok a lansat recent o versiune pilot a opțiunii TikTok Resumes (CV-uri Tik Tok), „concepută pentru a continua să extindă și să îmbunătățească TikTok ca un nou canal de recrutare și de descoperire a locurilor de muncă”, potrivit unui comunicat de presă. Persoanele aflate în căutarea unui loc de muncă își pot depune candidatura folosind videoclipuri creative, scurte și informative create pe platformă.

AȚIONAȚI PE PLAN LOCAL

- Atrageți interesul comunității locale **publicând ofertele de muncă pe site-urile locale de angajare**. În Franța, de exemplu, TruckFly a lansat recent un site online de angajări unde șoferii de camion pot căuta oferte de angajare în funcție de regiune.
- **Conectați-vă cu potențialii candidați prin intermediul paginilor de Facebook**. Camionagii din Franța, Spania și Germania, de exemplu, au creat comunități online care se bucură de popularitate.

Am rugat proprietarii unor companii de transport europene să ne împărtășească părerea despre recrutarea unei noi generații de angajați - iată ce ne-au răspuns⁴:

“O prezență puternică pe social media ajută. Folosim twitter, LinkedIn and Facebook pentru a atrage șoferi noi.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“Publicăm posturi noi de șoferi pe site-ul nostru web și lucrăm cu o agenție de recrutare foarte bună. Anunțurile trebuie să iasă în evidență, pentru că sunt multe companii care caută șoferi în acest moment.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

(1) Gen Z: persoane născute după 1996 – (2) raport GlobalWebIndex, 2017 – (3) Raport YPulse privind comportamentul pe mobil și pe aplicații, 2021 – (4) Mărturii culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker and și Michelin în luna martie 2022





DISPONIBILITATEA FAȚĂ DE NOII CĂNDIDAȚI

În timp ce deficitul de șoferi poate fi atribuit unor diverși factori, cum ar fi economia, pandemia, condițiile de muncă dificile etc., un factor esențial care nu poate fi trecut cu vederea este diversitatea. În SUA, de exemplu, șoferii tind să fie în proporție excesivă bărbați albi, de vârstă mijlocie constatându-se un procent de doar 12,4 % femei șoferițe de camion, 23,4 % de șoferi care nu sunt albi și 60 % dintre șoferi cu vârsta de 45 de ani sau mai mult¹. Aceste statistici evidențiază un grup imens de talente neexploatat: șoferii tineri și șoferițele.

VIITORUL ESTE DE GENUL FEMININ

Femeile reprezintă aproximativ jumătate din populația mondială, dar reprezintă între 10² și 12,4%³ din populația de camionagii. Dacă acest lucru nu este suficient pentru a vă convinge să angajați mai multe femei, Institutul american de cercetare în domeniul transporturilor⁴ a constatat că **femeile au concret un comportament la volan mai sigur decât bărbații**. De exemplu, sunt cu 73% mai puțin amendate pentru trecerea pe roșu.

GENERAȚIILE Y ȘI Z BAT LA UȘĂ

Deoarece majoritatea șoferilor au peste 45 de ani, sectorul ar trebui să **se concentreze pe atragerea șoferilor tineri**. În SUA, de exemplu, Joe Biden a lansat „Safer Driver Apprenticeship Pilot Program” - Programul pilot de ucenicie pentru șoferi mai prudenți, care permite șoferilor cu vârsta de doar 18 ani să exploreze o carieră în transportul rutier interstatual de mărfuri (rezervată anterior doar celor cu vârsta de peste 21 de ani). Așadar, **gândiți-vă la organizarea unui parteneriat cu o școală auto locală, contactarea unor școli gimnaziale și licee pentru a vorbi despre o carieră în conducerea de camioane și a organiza un program de ucenicie specific pentru compania dumneavoastră!**

(1) Date pentru transportul cu camionul furnizate de Departamentul SUA pentru Statistici privind piața muncii (Bureau of Labor Statistics), 2021 — (2) Studiu Freightwaves „Women in trucking” (Femei în lumea camioanelor) 2019 — (3) Date pentru transportul cu camionul furnizate de Departamentul SUA pentru Statistici privind piața muncii (Bureau of Labor Statistics) 2020 — (4) Studiu efectuat de Institutul american de cercetare în domeniul transporturilor (American Transportation Research Institute -ATRI), 2018 — (5) Studiu Glassdoor, „Diversity & Inclusion Workplace Survey” - Sondaj privind diversitatea și incluziunea la locul de muncă, septembrie 2020 — (6) Mărturii culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker și Michelin în luna martie 2022 — (7) Studiu Glassdoor, „Diversity & Inclusion Workplace Survey” - Sondaj privind diversitatea și incluziunea la locul de muncă, septembrie 2020



Generațiile mai tinere care intră acum pe piața angajărilor caută diversitatea la locul de muncă mai mult ca oricând, Astfel, 76 la sută din aceștia⁵ **consideră că diversitatea este un factor determinant** când își caută un nou loc de muncă. Deci este momentul perfect pentru a vă extinde rețeaua și a vă diversifica angajații flotei!

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre Disponibilitatea față de noii candidați – iată ce ne-au răspuns ⁶:

“Avem un centru de formare pentru șoferi tineri și până acum am găsit întotdeauna ucenici, dintre care unii chiar au rămas în companie.”

— proprietarul unei flote germane



76%

DINTRE ANGAJAȚI CONSIDERĂ CĂ DIVERSITATEA ESTE UN FACTOR DETERMINANT CÂND ÎȘI CAUTĂ UN NOU LOC DE MUNCĂ⁷



ÎNTÂMPINAREA ANGAJAȚILOR NOU-SOSIȚI

Începerea unui nou loc de muncă în orice sector este un pas important, dar în domeniul transporturilor poate însemna adesea o schimbare completă a stilului de viață și a obiceiurilor de lucru. Ținând cont de acest lucru, acordați-vă timpul necesar pentru a întâmpina și integra în mod corespunzător noii angajați în flota dumneavoastră – este bine pentru nou-sosiți, dar și pentru moralul general al echipei.

STRATEGIA DE BUN VENIT

Prima impresie contează în orice situație, iar locul de muncă nu face excepție! Dacă doriți ca angajații noi să se simtă ca acasă în compania dumneavoastră, trebuie să vă concentrați **pe integrare și spirit de echipă încă din prima zi.**

- **Puneți în contact angajații noi cu cei mai vechi și experimentați.** Desemnarea unei persoane de contact pentru angajații noi îi va ajuta pe aceștia să stabilească relații și să găsească răspunsuri la toate întrebările fără să simtă că „deranjează” pe cineva. Acest lucru îi ajută și să se integreze mai ușor în cultura companiei și rutina zilnică.
- **Planificați un prânz de bun venit** cu cel puțin o persoană sau întreaga echipă. Apoi, programați întâlniri regulate după o perioadă de timp pentru a stabili obiective de respectat. Astfel noii angajați se vor simți luați în considerare și este momentul perfect pentru a obține reacții.
- **Publicați un mesaj de bun venit** pe site-ul web al companiei sau pe conturile de social media pentru ca toată lumea să știe cine sunt! Acest lucru va deschide drumul pentru schimburi online și personale între colegi și un spirit general de echipă.

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre Întâmpinarea noilor angajați – iată ce ne-au răspuns ³:

“Șoferii așteaptă un anumit nivel de confort – tehnologia cabinei este o modalitate bună de a-i atrage, îndeosebi cu privire la sursele de divertisment și comunicații. Noi îi dotăm cu iPad-uri.”

— proprietarul unei flote franceze

“Orice persoană care vine în compania noastră primește un telefon/laptop nou ca să poată comunica ușor cu birourile noastre.”

“Echiparea noilor angajați cu instrumentele adecvate creează armonie și un loc de muncă fericit.”

— proprietarul unei flote britanice

(1) Cercetarea Brandon Hall Group „The True cost of a bad hire” - Adevăratul cost al angajărilor nereușite, 2015 — (2) Gallup, „Why the Onboarding Experience Is Key for Retention” - De ce este experiența integrării este esențială pentru reținerea angajatului, n.d. — (3) Mărturiile culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei de șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker șiand Michelin în luna martie 2022



DESCHIDEȚI LINII DE COMUNICARE

Șoferii dumneavoastră vor petrece mult timp pe drum, și de cele mai multe ori singuri. Asigurați-le instrumentele de care au nevoie pentru a se simți **fericiți și împliniți** – pe plan profesional și personal.

- **Trimiteți-le informații personalizate.** Oferiți tuturor noilor angajați un manual sau o broșură cu îndrumări de procedură, tehnice și de siguranță - un document pe care să îl poată consulta în orice moment din cariera lor. Nu uitați să le trimiteți în mod regulat link-uri cu știri din transporturi, reglementări interne și externe și actualizări ale politicilor, ca să fie la curent întotdeauna.
- **Asigurați-vă că sunt conectați.** Datorită tehnologiilor recente, este mult mai ușor să ținem legătura cu flota și cu cei dragi! Vă sugerăm să oferiți tuturor angajaților dumneavoastră dispozitive sponsorizate de companie, cum ar fi smartphone-uri, tablete și laptopuri.
- **Asigurați-le surse de divertisment.** Noapțile pe drum pot fi lungi și zilele care trec pot aduce singurătate. Oferiți membrilor flotei abonamente la servicii de streaming video sau cu muzică, pentru a-i ține ocupați.

Conform studiilor¹, **o integrare adecvată la locul de muncă poate crește rămânerea angajaților cu 82 de procente**, însă mulți angajatori nu investesc în acest proces. Astfel, doar 12% din angajatori declară că compania lor are un proces de integrare bun². Acest lucru înseamnă că 88% din angajatori consideră că integrarea oferită de compania lor poate fi ameliorată. Nu lăsați acest lucru să se întâmple în flota dumneavoastră!





CUM SĂ AVEȚI GRIJĂ DE ȘOFERII DUMNEAVOASTRĂ

După ce ați angajat șoferii de camion, trebuie să îi păstrați în echipă! Una din modalitățile optime de a-i păstra este să le arătați că vă pasă de bunăstarea lor. Fie prin acțiuni, fie prin cuvinte (de preferat ambele!), iată câteva idei pentru a începe cu dreptul.

AVEȚI GRIJĂ DE BUNĂSTAREA LOR FIZICĂ

Un studiu australian¹ arată că șoferii de camion au fost diagnosticați cu trei sau mai multe probleme cronice de sănătate aproape de trei ori mai frecvent decât media la nivel național - pe primele locuri aflându-se durerile de spate, obezitatea și afecțiunile musculo-scheletale. Factorii principali care contribuie la aceste probleme de sănătate includ:

- Petrecerea multor ore la volan
- Opțiunile limitate de alimentație sănătoasă pe șosea
- Oportunități limitate de a face mișcare

CE PUTEȚI FACE

Proprietarii marilor companii de transport **angajează mentor de bunăstare** pentru a ajuta șoferii să își fixeze obiective de fitness, să conducă ședințe de antrenament și să ofere sfaturi de nutriție și igiena somnului. Acești mentori (coach) îi pot ajuta pe șoferi să își monitorizeze și măsoare progresul și să se motiveze pentru a-și continua programul. Este posibil ca un mentor cu normă întreagă să depășească bugetul multor flote, așadar vă sugerăm să **investiți în ședințe regulate de educație** care să acopere diverse subiecte. Aceste ședințe pot fi ținute fie în prezență sau difuzate online. Dacă întâmpinați greutăți în implicarea șoferilor dumneavoastră, puteți transforma procesul într-un joc oferind recompense camionagiilor care își ating obiectivele.



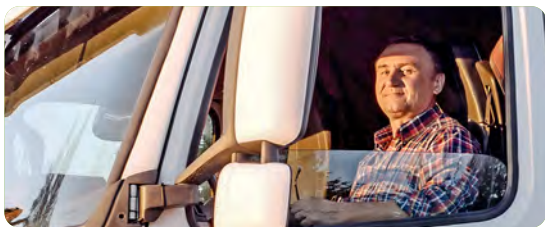
**CONFORM UNUI STUDIU BRITANIC²
60% DIN ȘOFERI IAU MAJORITATEA MESELOR
ÎN VEHICULUL PE CARE ÎL CONDUC
56% SE CONSIDERĂ SUPRAPONDERALI**

(1) studiu BMC Public Health „The physical and mental health of Australian truck drivers” - Sănătatea fizică și mentală a șoferilor de camion australieni, 2022 — (2) Raport pe baza unui studiu privind siguranța la volan realizat de Brake and Direct line, 2018 — (3) International Journal of Environmental Research and Public Health, „Sleep and Mental Health in Truck Drivers” - Somnul și sănătatea mintală în rândul șoferilor de camion, 2018 — (4) Mărturiile culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei de șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker and și Michelin în luna martie 2022



NU IGNORAȚI SĂNĂTATEA MINTALĂ

Nu este un secret că șoferii de cursă lungă petrec o perioadă mare de timp pe drum, în general singuri. Pe de altă parte, deși șoferii pe trasee scurte lucrează în principal în interiorul orașului sau al regiunii, sunt confrunțați cu stresul aglomerării din trafic și interacțiunea frecventă cu alți șoferi din oraș. Conform unui studiu european³, **13,6% din șoferi suferă de depresie**, 27,5% se confruntă cu insomnie, iar 7,9% se luptă cu anxietatea.



CE PUTEȚI FACE

Manifestați-vă sprijinul prin contacte regulate cu șoferii dumneavoastră de cursă lungă, asigurându-le instrumentele necesare pentru a rămâne în legătură cu compania, colegii și cei dragi. Puteți, de asemenea, să le oferiți surse de divertisment pe drum prin intermediul abonamentelor sponsorizate de companie la servicii de streaming de muzică sau video. Pentru șoferii dumneavoastră pe trasee scurte, organizați sesiuni de formare axate pe gestionarea stresului în trafic și interacțiunea cu publicul larg.

Și nu uitați, o mică manifestare de recunoștință poate aduce beneficii mari! **Evidențiați șoferii dumneavoastră de top** pe paginile de social media cu mărturii video ale colegilor sau responsabililor sau cu fotografia lor și o listă a motivelor pentru care excelează în munca lor. Nu ezitați să faceți apel la întreaga echipă și să solicitați feedback pozitiv despre cel mai bun șofer de camion – apoi distribuiți prin intermediul unui email la nivel de companie, pe site-ul dumneavoastră sau platformele de social media.

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre Grija față de șoferii de camion – iată ce ne-au răspuns⁴:

“Șoferii de cursă lungă trebuie să se confrunte cu multe lucruri, zile lungi de lucru, perioade lungi în care sunt departe de casă, lipsa de respect la încărcarea sau descărcare mărfurilor la client, pericolul și riscurile de pe șosea.”

— dono de uma transportadora alemã

“Echiparea noilor angajați cu instrumentele adecvate creează armonie și un loc de muncă fericit.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“... este vorba despre onestitate și adoptarea unei atitudini pline de grijă. Conducerea unui camion este fi o muncă singuratică, deci trebuie să ne gândim la sănătatea mintală a angajatului. Încercăm să organizăm zile de relaxare pentru personalul nostru odată la trei luni și avem o pagină de Facebook unde oamenii pot discuta.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“Crearea unui mediu de lucru în care șoferii se simt fericiți și apreciați!” Acest lucru include oferirea de mese calde la mic-dejun/prânz și am creat un comitet social pentru zile de relaxare.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“Ușa noastră este deschisă pentru orice problemă – omenia are prioritate!” Facem încontinuu eforturi pentru a crea o atmosferă de lucru relaxată, în care oricine să se simtă confortabil.”

— proprietarul unei companii de transport germane



PROPUNETI UN TRASEU DE CARIERĂ CLAR

Un angajat bun este o valoare incredibilă - indiferent dacă este la volan, lucrează la birou sau instruește următoarea generație de șoferi. Asigurați-vă că atât noii angajați, cât și șoferii cu vechime sunt la curent cu toate oportunitățile pe care le au în cadrul companiei. Acest lucru îi va motiva în viața de zi cu zi, contribuind la loialitatea lor.

LA INTRAREA ÎN ECHIPĂ

Când sosesc șoferi noi în flota dumneavoastră, puneți-i în contact cu un șofer cu experiență care le va arăta cum stau lucrurile. Ei vor juca un rol de mentor și nu numai că îi vor ajuta să înceapă cu dreptul, dar le vor putea și prezenta noilor angajați plini de speranțe diferitele oportunități din cadrul companiei pe viitor.

Majoritatea noilor șoferi își vor începe probabil cariera pe rute lungi. După ce v-au câștigat încrederea și au dovedit ce pot, **vorbiți-le despre oportunitățile viitoare** în rute regionale sau locale. Posibilitatea de a fi mai aproape de casă sau de a avea un program tradițional poate motiva șoferii să rămână pe rute lungi până ce trec la etapa superioară din carieră.

TRECEREA ÎN ECHIPA DE MANAGEMENT

Unii șoferi sunt mulțumiți să își petreacă timpul pe șosea, dar alții pot căuta alte oportunități prin care să își pună în valoare experiența acumulată la volan într-o activitate de birou. Astfel de activități pot fi **management sau dispecerat**, de exemplu. Schimbarea aceasta poate fi avantajoasă atât pentru dumneavoastră, cât și pentru șoferul angajat. De exemplu, dacă acesta s-a confruntat deja cu presiunea obiectivelor de livrare la timp sau singurătatea nopților petrecute pe drum, va avea experiența necesară pentru a-i încuraja pe ceilalți șoferi și a-i menține motivați. Alte posturi în cadrul biroului pot include instruirea șoferilor noi, supervizare sau manageri de birou – asigurați-vă că prezentați toate posibilitățile șoferilor din flota dumneavoastră.

94%

**DINTRE ANGAJAȚII ¹
AU DECLARAT CĂ AR
RĂMÂNE MAI MULT
TIMP LA O COMPANIE
CARE INVESTEȘTE ÎN
DEZVOLTAREA LOR
PROFESIONALĂ.**

(1) statistică privind dezvoltarea angajatului ClearCompany , 2021 — (2) Mărturii culese în cadrul studiului „Driver Shortage Management & Switch to Sustainable Tyre” - Managementul crizei de șoferilor și trecerea la anvelopa durabilă, desfășurat de Ducker șiand Michelin în luna martie 2022



FORMAȚI-I PENTRU VIITOR

Oricare ar fi obiectivul lor, este extrem de important **să fiți clar cu privire la planificare**. Deși poate fi încurajator să se gândească la avansarea pe scara ierarhică, angajații pot deveni rapid descurajați dacă nu simt că evoluează suficient de repede. Acordați-le timp pentru a le stabili un traseu de carieră și discutați deschis despre progresul lor în mod regulat. Odată ce le-ați definit obiectivele, stabiliți programe de formare sau de mentorat pentru **a-i ajuta să evolueze din punct de vedere profesional**.

Am rugat proprietarii unor flote europene să ne împărtășească părerea despre Propunerea unui traseu de carieră clar – iată ce ne-au răspuns²:

“Când sosesc șoferi noi la firmă, directorii cu experiență îi invită la prânz și îi pun în legătură cu unul dintre șoferii cu mai multă vechime pe parcursul primelor săptămâni.”

— proprietarul unei companii de transport britanice

“Șoferii au frecvent acces la formări cu instrumente de calitate.”

— proprietarul unei companii de transport franceze

“Șoferii noștri beneficiază în mod regulat de calificări în cadrul unor cursuri de formare interne și externe.”

— proprietarul unei companii de transport germane





INTERVIUL DE PLECARE

Chiar și în cea mai bună relație de lucru, vine momentul când trebuie să îți iei rămas bun. O schimbare în situația familială, o nouă propunere de carieră, o nouă oportunitate sau pensionarea – există diverse motive pentru care un angajat poate părăsi flota dumneavoastră. Indiferent dacă motivele sunt legate de munca în sine, nu au nicio legătură sau un pic din fiecare, orice plecare oferă unei companii ocazia de a învăța și a progresa.

ALEGEȚI-VĂ METODA POTRIVITĂ

Unele companii preferă interviurile de plecare față în față, iar alte optează pentru **sondaje sau chestionare online**. Doar dumneavoastră puteți ști care este metoda cea mai adecvată pentru șoferii din flotă. Iată câteva lucruri de care să țineți cont când luați decizii:

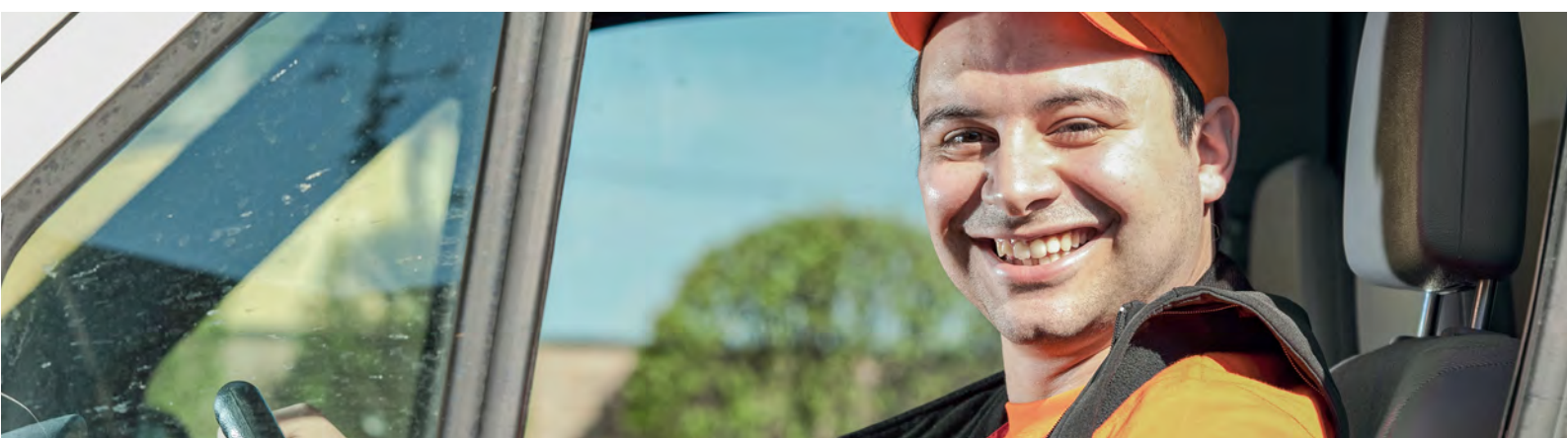
- **Interviurile față în față pot fi incredibil de valoroase**, pentru că permit întrebări suplimentare. Dar există un revers al metodei față în față: tăcerea angajatului. Este posibil ca unii angajați să nu se simtă confortabil să vorbească sincer despre munca lor sau despre relațiile cu angajații și conducerea – mai ales în prezența responsabilului lor direct.
- Sondajele și chestionarele pot fi un mijloc extraordinar pentru a **adresa întrebări relevante** și a obține un răspuns sincer din partea membrilor echipei dumneavoastră. Singurul dezavantaj este că sunteți limitat la întrebările de pe pagină.



***SFAT: SOLICITAȚI UNEI
PERSOANE NEUTRE SĂ
FACĂ INTERVIUL***



***SFAT: DETERMINAȚI CE
METODĂ ESTE POTRIVITĂ
PENTRU FIECARE
PERSOANĂ ÎN PARTE
ȘI COMBINAȚI-O CU
ALTELE.***





TINEȚI CONT DE FEEDBACK

Angajații care pleacă pot fi o **resursă incredibilă de ameliorare a activității**, dacă sunteți dispus să ascultați. Cele mai bune interviuri de plecare vor produce feedback utilizabil. Așadar, puneți întrebările potrivite – despre condițiile de muncă, politici și management, de exemplu. Și iată care este pasul cheie: odată ce obțineți acest feedback, acționați în consecință. Potrivit unui studiu realizat de Harvard Business Review¹, mai puțin de o treime dintre directorii de companii pot da măcar un exemplu de acțiune luată ca urmare a unui interviu de plecare! Dacă doriți să vă faceți timp să realizați aceste interviuri, trebuie să vă faceți timp și să **implementați schimbările pe baza constatărilor dumneavoastră!** Dacă procedați astfel, nu numai că aduceți beneficii companiei dumneavoastră, dar le aratați și celorlalți angajați că feedback-ul lor contează.

PĂSTRAȚI LEGĂTURA

Dacă vă despărțiți în termeni buni, foștii angajați pot ajunge să fie **ambasadori excelenți** pentru compania dumneavoastră. Aceștia vor răspândi vorba despre companie, practicile dumneavoastră de management, beneficiile, condițiile de muncă și cultura – asigurați-vă că împărtășesc bune, nu rele! Atunci când este realizat corect, un interviu de plecare poate duce chiar la un alt interviu de angajare. Păstrați legătura cu angajații harnici și dedicați, s-ar putea să se întoarcă mai târziu!

CONFORM GALLUP², UN INTERVIU DE PLECARĂ CORECT REALIZAT POATE:

- Să contribuie la **reducerea ritmului de plecări din firmă**
- Să transforme angajații care pleacă în **ambasadori ai companiei**
- Să vă învețe despre **ce au de oferit concurenții**
- Să **genereze o serie de date** din care puteți extrage informații de-a lungul timpului

(1) Harvard Business Review, „Making Exit Interviews Count” - Importanța interviurilor de plecare, 2016 — (2) Gallup, „The Real Value of Getting an Exit Interview Right” - Valoarea reală a realizării corecte a unui interviu de plecare, iunie 2018



