

## Pracownik potrzebny od zaraz – jak nie przespać możliwości, jakie branży retail daje nowa technologia

**Specjaliści pozostają zgodni – pandemia zmieniła zwyczaje zakupowe Polaków, powodując wzrost udziału koszyka pochodzącego z zakupów internetowych. Digitalizacja retailu, omnichannel, q-commerce i im podobne hasła nie schodzą z ust praktyków branży, rozumiejących oczekiwania współczesnego konsumenta. Elastyczność oraz umiejętność przystosowania do zmian, szczególnie w przypadku dużych sieci liczy się bardziej, niż kiedykolwiek wcześniej. Ta elastyczność powinna przekładać się na wszystkie obszary funkcjonowania firm, w tym obszar zatrudnienia.**

Według danych Polskiego Instytutu Ekonomicznego odsetek kupujących online wzrasta od pandemii o nawet ponad 10 p.p. rok do roku. I choć spekuluje się, że nie będzie on rósł już tak dynamicznie, jak w poprzednich latach, nie można pozostać obojętnym wobec faktu, że zwyczaje zakupowe wyniesione z cyberprzestrzeni realnie zmieniły oczekiwania konsumentów. Szczególnie w zakresie sprawnych dostaw, wygody czy poziomu obsługi. Jednocześnie powrót do normalności wzmocnił sentyment do sklepów stacjonarnych. Tu, jak w świecie wirtualnym, również ma być szybko, „na już”, z minimalnym wysiłkiem kupującego.

Znaczącym czynnikiem, z którym sektor mierzy się obecnie jest sytuacja gospodarcza i polityczna – rosnąca inflacja wpływa na obie strony, nastroje konsumentów oraz handel, w tym sieci franczyzowe. Otwarty konflikt zbrojny zmusza decydentów sektora handlowego do stałego poszukiwania rozwiązań na przerwane łańcuchy dostaw. Wszystko to tworzy nowe wyzwania dla największych operatorów handlowych na rynku.

Nie bez wpływu na biznes pozostają także procesy związane z rekrutacją oraz zatrudnieniem. Pandemia podniosła koszty związane z rotacją pracowników wywołane nie tylko czasową niezdolnością do wykonywania pracy (zakażenie wirusem SARS-CoV-2), lecz także trudnościami z ich utrzymaniem. Firmy realnie mierzą się z brakiem rąk do pracy, a jednocześnie wspomniana sytuacja gospodarcza wymusza na nich zmniejszenie poziomu zatrudnienia. Według Polskiego Instytutu Ekonomicznego nawet co ósmy pracodawca planuje zwolnienia!

### Dynamiczne czasy szansą dla nowych rozwiązań

Transformacja życia do przestrzeni cyfrowej zmieniła też doświadczenia związane z procesami zakupowymi. Współcześni konsumenci swoją wiedzę na temat produktów oraz usług czerpią z Internetu oraz mediów społecznościowych – stąd do sklepów

tradycyjnych wkraczają nowe rozwiązania technologiczne. Stają one w nowej roli w ramach omnicommerce, w tym szeroko pojętego social oraz live sellingu.

Jedną z większych zmian nawyków dokonała się na poziomie wzajemnego przenikania się sklepów off- oraz online. Wzrosło znaczenie customer experience oraz świadomość przeciętnego konsumenta w kontekście ochrony środowiska i „chęci bycia eko”. Wyzwaniem staje się połączenie trendu „zrównoważonej działalności firm” z trendem „szybko i wygodnie”.

Poza nawykami zakupowymi klientów, zmienił się również rynek pracy. Preferencje w zakresie pracy w formie zdalnej, niechęć do długotrwałego wiązania się z pracodawcą oraz zadaniowość pracy nie pozostają bez wpływu na biznesy. Jak te dwie zmiany oddziałują na siebie? Gdy granice między handlem detalicznym a innymi branżami się zacierają, firmy muszą postawić na elastyczność i niesztabowe podejście do prowadzenia biznesu. Z pomocą przyjdzie technologia.

### **„Always online” – największe wyzwanie dla sektora retail**

Fundamentalne pytanie, jakie można byłoby zadać wszystkim osobom na stanowiskach decyzyjnych, dotyczyłoby właśnie zjawiska „always online”, które w ostatnich latach odmieniło całą ścieżkę zakupową konsumentów w Polsce i na świecie. W skrócie: „always online” to trend, który narzuca firmom bycie dostępnym niemal przez 24/7. Powiązany z rozwojem q-commerce, w którym dąży się do bycia „tu i teraz” wobec potrzeb konsumenta np. dostawy produktów w maksymalnie kilkadziesiąt minut od momentu złożenia zamówienia.

Niewątpliwie więc, największą próbą stanie się połączenie obietnic napędzanych przez chęć bycia konkurencyjną marką z ich faktycznym spełnianiem tak, by klient nie zyskał negatywnych doświadczeń podczas dokonywania zakupu. Podstawa to zbudowanie sprawnie działających procesów, ale i zaopiekowanie ich ludźmi, które te procesy obsługują. I tu może pojawić się problem. 49% przedsiębiorstw, biorących udział w badaniu McKinsey\*, zgłosiło wzrost rotacji pracowników w ciągu ostatnich 12 miesięcy.

*„Największą bolączką naszych klientów z branży handlowej, logistycznej czy magazynowej, jeszcze przed rozpoczęciem współpracy, było ryzyko zachwiania ciągłości dostaw oraz czas realizacji bieżących zamówień. Jako najczęstszą przyczynę podawali rotacje kadrowe oraz czasową niezdolność osób do pracy wywołaną zakażeniem COVID-19 oraz brakiem możliwości ich szybkiego i jakościowego zastąpienia.”*

### **Zadowolony klient = sukces i rozpoznawalność Twojej firmy**

Spadek obrotów, brak realizacji celów sprzedażowych w danym okresie i niezadowolone konsumentów – dyrektorzy sprzedaży oraz managerowie z pewnością chcieliby ich

uniknąć. Bez zapewnienia ciągłości w realizacji bieżących zamówień, nawet najlepsza marka w perspektywie długofalowej nie poradzi sobie z ich stale rosnącą liczbą oraz zwiększonymi oczekiwaniami. Jak zatem zadbać o klienta końcowego, a jednocześnie uniknąć możliwych przerw w dostarczaniu najwyższej jakości usług?

Przede wszystkim, warto zabezpieczyć swoje zaplecze kadrowe. Wspomiane stale rosnące koszty zatrudnienia, w tym trudności z pozyskaniem i utrzymaniem pracowników nie muszą być wyzwaniem. W tym przypadku wcale więcej nie znaczy lepiej. Liczy się elastyczne reagowanie na potrzeby i takie alokowanie zasobów ludzkich, które będzie skorelowane z dynamiką rynkową. Z pomocą przychodzi technologia, dzięki której pozyskiwanie pracowników „na zastępstwo” może okazać się prostsze niż kiedykolwiek wcześniej.

## **Innowacyjne wsparcie dla biznesu i działów HR**

Bez pracowników nie można mówić o efektywnym funkcjonowaniu firmy. Pandemia ukazała jak łatwo sparaliżować działanie niejednego sklepu, centrum wysyłkowego lub magazynu w przypadku, w którym jeden z pracowników zarażał wirusem SARS-CoV-2 pozostałych – co w rezultacie powodowało przymusową kwarantannę u pozostałych osób związanych z miejscem wykonywania pracy. Niepewne czasy czy konieczność redukcji zatrudnienia nie powinny oznaczać przerywania ciągłości działania firmy.

Z pomocą przychodzą innowacje. Tikrow to platforma, która zapewnia dostęp do bazy ponad 20 tys. osób gotowych do pracy niemal z dnia na dzień jako m.in. pracownicy magazynu, sklepu czy produkcji. Na bieżąco weryfikuje jakość ich pracy dzięki prostemu systemie nadawania ocen przez zleceniodawców. Firma działa na zasadzie spójnej z ideą two-sided marketplace, łączącej podaż z popytem, czyli pracodawców z osobami szukającymi pracy dorywczej.

Zamysł twórców Tikrow jest prosty: pomóc firmom, w tym również podmiotom z branży retail, zaoszczędzić cenny czas na poszukiwaniu pracowników ad hoc. Bez naruszania ciągłości sprzedaży/produkcji/dostaw, słowem – funkcjonowania przedsiębiorstwa. Bez rozbudowanych procesów, zbędnej papierologii, konieczności obniżania standardów, a co najważniejsze: z dotrzymaniem obietnic wobec klienta końcowego.

*„Do internetowej dżungli przenieśliśmy nie tylko dokonywanie zakupów, ale także spotkania towarzyskie, pracę, na rozrywce w czasie rzeczywistym (koncerty, sztuki teatralne itp.) kończąc. Mogłoby się wydawać, że wszystkim udało się postawić literę „e” przed każdym obszarem życia, by móc powiedzieć o skutecznym przeniesieniu się do przestrzeni cyfrowej. Sęk w tym, że nawet przestrzeń cyfrowa pozostaje bezsilna wobec jednostki, jaką jest... czas. Ten czas zdaje się być najbardziej ważącym czynnikiem także w rekrutacji. Szczególnie przy stanowiskach nie wymagających specjalistycznych kompetencji warto ograniczać go do minimum. Z Tikrow firmy pozyskują sprawdzonych pracowników nawet w 48 godzin. Ponad połowa zleceń wystawionych w aplikacji w pierwszej połowie br. zostało przyjętych w ciągu 24 godzin, co potwierdza wysoką*

*motywację do pracy wśród ludzi, którzy znajdują się w naszej bazie oraz naszą obietnicę – wsparcia biznesów tu i teraz.”*

Czy to koniec rekrutacji na stanowiska nie wymagające specjalistycznych kompetencji, jaką znamy? Tikrow, pierwsza agencja pracy tymczasowej oferująca tego typu aplikację w Polsce, wychodzi z ogromną inicjatywą wspierania działów Human Resources, ale nie w roli potencjalnego „zagrożenia”, tylko realnego wsparcia. Automatyzacji procesów mówi zdecydowane „tak”, lecz według twórców Tikrow czynnik ludzki nadal pozostaje nieoceniony w swoich działaniach. Tikrow faktycznie chce zmienić zasady gry, jak zresztą brzmi jeden ze sloganów polskiego start-upu i realnie odciążać branżę retail w dynamicznych czasach.

\*McKinsey’s 2022 State of Customer Care Survey, Q4 2021.

**Autor: Krzysztof Trębski, Head of Sales i Członek Zarządu TIKROW, platformy zapewniającej pracowników dla tego sektora w 48h**