

# NOWE WYZWANIA I NOWE TRENDY: NARZĘDZIA I MECHANIZMY WSPÓŁPRACY NGO- BIZNES

Konstancin- Jeziorna  
15 maja 2009



WBK

Bank Zachodni WBK

## Agenda na warsztat

### I Od filantropii do odpowiedzialnego biznesu

- Ewolucja zaangażowania biznesu
- Odpowiedzialny biznes- koniec efektywności społecznej?
- Fakty i mity na temat odpowiedzialnego biznesu

### II Obszary zaangażowania odpowiedzialnego biznesu

- Miejsce pracy
- Rynek
- Środowisko naturalne
- Społeczności lokalne

### III Praca w grupie



WBK

Bank Zachodni WBK

## Spoleczna rola biznesu zmiany w percepcji przedsiębiorców

- Działać dobrze, aby wyglądać dobrze
- Działać dobrze tak łatwo jak to tylko możliwe
- Dobrze czynić dobro
- Zrobić wszystko, by działać najlepiej jak to możliwe

Strona 3

 Bank Zachodni WBK

## Krzywa wartości



Źródło: CSR Consulting na podstawie: IBM Institute for Business Value

Strona 4

 Bank Zachodni WBK

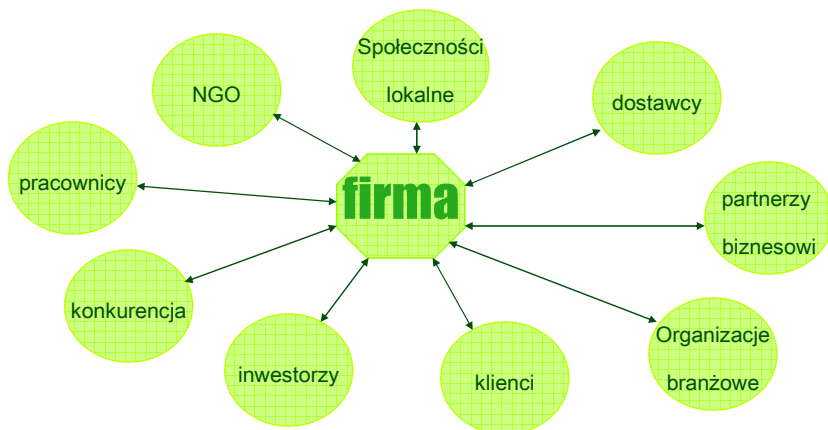
## Spoleczna odpowiedzialność biznesu

**Spoleczna odpowiedzialność biznesu** - (CSR - Corporate Social Responsibility) - określa się jako koncepcję, dzięki której przedsiębiorstwa na etapie budowania strategii dobrowolnie uwzględniają interesy społeczne i ochronę środowiska, a także relacje z różnymi grupami interesu. Spoleczna odpowiedzialność jest procesem, w ramach którego przedsiębiorstwa zarządzają swoimi relacjami z różnorodnymi podmiotami, którzy mogą mieć faktyczny wpływ na ich powodzenie w działalności gospodarczej.

cele biznesowe + potrzeby społeczne/ środowiskowe =  
**Spoleczna odpowiedzialność biznesu**

## Interesariusze

Przez **interesariusza** (*stakeholder*) rozumiemy każdego, na kogo firma wpływa swoją działalnością i kto wpływa na firmę.



## KLIENCI I PARTNERZY WEWNĘTRZNI ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

- Zarząd
- Human Resources
- Ryzyko
- Linie biznesowe (produkty/ usługi)
- Społeczność pracowników + liderzy opinii
- Departament Zakupów
- Marketing & Public Relations
- Badania & Rozwój
- Prawny i Compliance

Strona 7



WBK

Bank Zachodni WBK

## Mity - społeczna odpowiedzialność biznesu

Podstawowym celem CSR  
**nie** jest:

- Czynić dobrze
- Sprawiać, by świat był lepszym miejscem

**To nie prawda, że:**

- CSR się nie opłaca
- Odpowiedzialny biznes można prowadzić na marginesie działań firmy

Strona 8



WBK

Bank Zachodni WBK

## Fakty - społeczna odpowiedzialność biznesu

CSR jest po to, aby:  
Odpowiedzialnie zarabiać pieniądze, czyli:

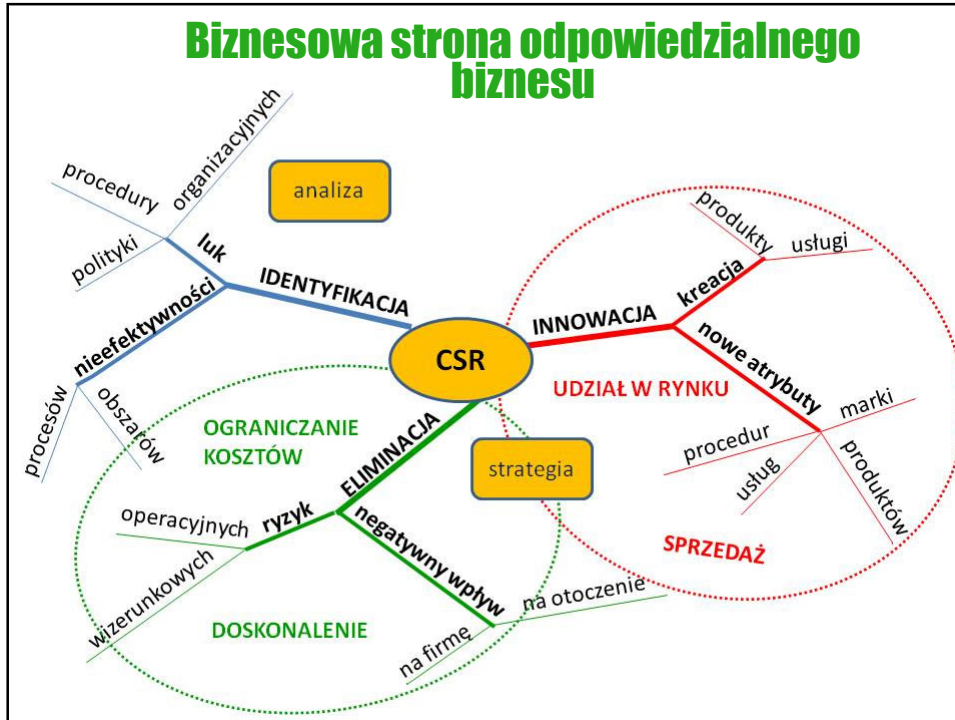
- Doskonalić organizację = minimalizować koszty + identyfikować **luki**
- Usprawniać: polityki/ procedury + dbałość o wdrożenie
- Tworzyć zrównoważone produkty- **innowacja**
- Zarządzać ryzykiem
- Eliminować negatywny wpływ- społeczeństwo, środowisko naturalne
- Efekt pośredni: konkurencyjność i wizerunek marki

Strona 9

 Bank Zachodni WBK

## Biznesowa strona odpowiedzialnego biznesu





## Oczekiwania względem biznesu...

Jak ważne dla Pana/i firmy przy podejmowaniu decyzji o stworzeniu/tworzeniu strategii CSR były/są poniższe czynniki?

Rosnące oczekiwania społeczne wobec sektora biznesu w Polsce



Zasady etyczne



Sprostanie oczekiwaniom pracowników



Poprawa reputacji



■ Ważne\*   ■ Ani ważne, ani nieważne   ■ Nieważne\*\*

\* Połączono odpowiedzi: zdecydowanie ważne i raczej ważne

\*\* Połączono odpowiedzi: zdecydowanie nieważne i raczej nieważne

## GDZIE JEST PRZESTRZEŃ DO KOOPERACJI NGO - BZNES?

Strona 13



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszary zaangażowania odpowiedzialnego biznesu

**Miejsce pracy**

**Społeczności lokalne**

**Środowisko naturalne**

**Rynek**

Strona 14



WBK

Bank Zachodni WBK

## MIEJSCE PRACY

Strona 15



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania miejsce pracy

- Edukacja i rozwój pracowników
- Przejrzysty system ocen i wynagrodzeń
- Zdrowie i bezpieczeństwo
- Równe szanse w miejscu pracy
- Work-life balance
- Kodeksy etyczne
- Komunikacja

**MIEJSCE PRACY**

Strona 16



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania miejsce pracy

- Pay- roll
- Wartości dodane 😊
- Kampanie informacyjne
- Wolontariat
- Kampanie edukacyjne

### MIEJSCE PRACY - narzędzia

Strona 17

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania miejsce pracy


- Fundacja Rodzić po Ludzku - 10 powodów
- Bank Przyjazny Mamie
- Aspekt społeczny: Godzenie życia rodzinnego z ambicjami zawodowymi
- Aspekt biznesowy: Obniżenie kosztów pracowniczych



### MIEJSCE PRACY- dobra praktyka



 Bank Zachodni WBK



## Obszar zaangażowania miejsce pracy

Ułatwienia w miejscu pracy

- Program dostosowywania miejsca pracy do potrzeb osób niepełnosprawnych ('Reasonable Adjustments' scheme) - biurka, oświetlenie, rozwiązania IT czy osoba tłumacząca język migowy podczas spotkań
- Telefoniczna linia wsparcia i sekcja intranetowa dla osób niepełnosprawnych oraz dla ich liniowych menedżerów


Rekrutacja

- Programy dla studentów w 2007 roku – osoby niepełnosprawne: 5 uczestników programu rozwojowego dla absolwentów oraz 10 uczestników praktyk
- Wdrożenie programu 'Recruitment That Works' w Manchesterze w Contact Centre w 2007 roku (rekrutacja osób niepełnosprawnych, które przez dłuższy okres czasu pozostawały bez pracy). W 2008 w kolejnych lokalizacjach.

Rozwój

- Disability Mentoring Scheme – mentor dla każdej osoby niepełnosprawnej (od 2005 roku 25% pracowników skorzystało z tej oferty)
- Group Chief Executive John Varley's Disability Listening Group (spotkania 2 razy w roku)
- Sieć pracowników 'Reach' – wsparcie rozwoju kariery

Strona 19



Bank Zachodni WBK

## Wolontariat

Przedsiębiorstwo wspiera swoich pracowników, partnerów handlowych w wypełnianiu misji społecznej. Zaangażowanie poprzez: wykorzystanie know-how (np. ekspertyzy), indywidualne talenty, pomysły, pracę fizyczną.

- Działania z zakresu wolontariatu pracowniczego = spójność z pozostałymi inicjatywami społecznymi firmy. Wiele przykładów wskazuje również na ich silne zespolenie z celami biznesowymi: Edukacja mikro i małych przedsiębiorstw z zakresu finansów przez BZ WBK.
- Dzięki takim inicjatywom pracownicy zyskują poczucie, że realizując siebie mają swój wkład w coś większego od nich, przekraczają granice indywidualnego interesu.

Strona 20


Bank Zachodni WBK

**RYNEK**

Strona 21

 Bank Zachodni WBK

**Obszar zaangażowania rynek**

- Rozwój nowych produktów
- Innowacje społeczne
- Etyczny marketing
- Przejrzysta oferta dla klienta
- Relacje z klientami: badania, standardy obsługi +
- Relacje z dostawcami

**RYNEK**

Strona 22

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania rynek

- Promocja społeczna
- Marketing zaangażowany społecznie

### RYNEK - narzędzia

- Korporacyjny marketing społeczny
- Odpowiedzialne praktyki biznesowe

Strona 23



WBK

Bank Zachodni WBK

## Marketing zaangażowany społecznie

Marketing zaangażowany społecznie - kampanie marketingowe kierowane na zwiększenie sprzedaży określonego produktu lub usługi poprzez zawartą komunikację marketingowym obietnicę przekazania części dochodu na określoną sprawę społeczną.

- Wzajemna korzyść: klient nabywa określony produkt, a firma zwiększa sprzedaż.
- Wsparcie może być zapewnione w postaci środków pieniężnych albo ze sprzedaży produktu, albo jako procent ze sprzedaży ogółem.
- Jedyne rodzaje zaangażowania firmy, który zależy od inicjatywy, działań klientów / otoczenia.

Strona 24



WBK

Bank Zachodni WBK

## Marketing zaangażowany społecznie (c.d.)

Marketing zaangażowany społecznie będzie koncentrował się na następujących celach komunikacyjnych:

- Podkreślenie kwoty, która będzie przekazana na dany cel za każdy zakupiony produkt.
- Określenie kwoty na szczytny cel za każde działanie podjęte przez klienta, np.: otwarcie rachunku, wypełnienie aplikacji.
- Przekazanie części ze sprzedaży danej jednostki, pozycji - np. część prowizji ze sprzedaży.

Strona 25

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania rynek

- Polska Akcja Humanitarna
- Karta kredytowa Akcja Pajacyk
- Aspekt społeczny: Dożywianie dzieci w szkołach
- Aspekt biznesowy: Wzrost sprzedaży produktu, relacje z klientami



**RYNEK** - dobra praktyka

Strona 26

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania rynek




**Firma:** Bank Zachodni WBK  
**Sprawa:** Dożywianie dzieci  
**Partner:** Program Pajacyk

**Rozwiązanie:** przekazanie dochodu za wydanie karty oraz części środków z każdej transakcji na rzecz partnera społecznego- Polskiej Akcji Humanitarnej

W samym tylko 4Q 2008 BZ WBK przekazał na rzecz PAH 517 tys. złotych

Strona 27

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

## Promocja społeczna

Firma finansuje działania związane z promocją istotnej społecznie sprawy, oferuje produkt lub inne zasoby, aby wzbudzić świadomość oraz wrażliwość wśród określonej grupy celowej, społeczności lokalnej, społeczeństwa.

- Promocja społeczna jest związana głównie z promocją określonego produktu.
- Nie działa na zmianę zachowań, ale inspirowanie do podjęcia określonych działań: np. podpisanie deklaracji, złożenie datków pieniężnych, poświęcenie czasu.

Strona 28

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

## Promocja społeczna (c.d.)

Typowa promocja społeczna będzie koncentrowała się na następujących celach komunikacyjnych:

- Budowanie świadomości oraz troski - prezentacja statystyk, faktów, świadectw tzw. true stories.
- Nakłanianie odbiorców, aby dowiedzieli się więcej o sprawie- na przykład poprzez zachęcanie do otwarcia strony internetowej firmy z opisem sprawy.
- Nakłanianie odbiorców, aby poświęcili swój czas, tym którzy są w potrzebie- firma ofiarowuje produkt, społeczność swój czas).

Strona 29

 Bank Zachodni WBK

## Promocja społeczna (c.d.)

- Nakłanianie do datków pieniężnych- społeczność współfinansuje wraz z firmą określone organizacje, fundacje poprzez np. zalogowanie się na określonej stronie www, w celu przekazanie datków pieniężnych.
- Nakłanianie do ofiarowania środków pozafinansowych - na przykład zużytych telefonów komórkowych, okularów, które firma następnie prześle potrzebującym.
- Nakłanianie do współuczestniczenia - współudział w marszu charytatywnym, podpisanie petycji przeciw testowaniu kosmetyków na zwierzętach, etc.

Strona 30

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania rynek



**Firma:** British Airways

**Sprawa:** Programy edukacyjne

**Partner:** UNICEF


**Fakty:** 16 mln Amerykanów podróżujących rocznie do Europy.

**Rozwiązanie:** koperty przy siedzeniach pasażerów, w których można było pozostawić bilon.

Od 1994 do 2002 British Airways udało się pozyskać na rzecz UNICEF 31 mln \$

Programy edukacyjne w 50 krajach na świecie

Strona 31

 Bank Zachodni WBK

## Odpowiedzialne praktyki biznesowe

Firma wdraża i prowadzi praktyki biznesowe, mające na celu poprawę dobrobytu wspólnoty i/lub środowiska naturalnego.

- Społecznie odpowiedzialne praktyki biznesowe prowadzą do wzrostu dochodów: Chiquita zyskała około 5 mln \$ poprzez wprowadzenie swojej polityki środowiskowej zmniejszenia ilości nawozów chemicznych.

Strona 32

 Bank Zachodni WBK

## Odpowiedzialne praktyki biznesowe (c.d.)

Najczęściej odnotowywane praktyki biznesowe związane ze społeczną odpowiedzialnością:

- Projektowanie udogodnień, ułatwień - spełniać i znacznie przekraczać wymogi prawne odnośnie środowiska naturalnego i bezpieczeństwa.
- Doskonalenie procesowe - zmniejszanie lub eliminowanie produktów ubocznych procesów biznesowych.
- Wybór dostawców produktów lub usług - taki dobór, który zapewni, że podwykonawcy spełniają normy etyczne i środowiskowe.

Strona 33

 Bank Zachodni WBK

## Odpowiedzialne praktyki biznesowe (c.d.)

- Pełna przejrzystość działań biznesowych - żadnych ukrytych kosztów, składników, lub pomijania informacji o skutkach ubocznych konsumpcji produktów.
- Rozwój programów wpływających na poprawę dobrobytu pracowników.
- Mierzenie, śledzenie i raportowanie wyników działań, firmowych inicjatyw.
- Ustalanie granic reklamy - np. skierowanej do dzieci.
- Ochrona danych osobowych klientów.
- Organizacja sprzedaży, procesy decyzyjne, outsourcing, reorganizacja - uwzględnienie jak oddziałują na środowisko, społeczeństwo.

Strona 34

 Bank Zachodni WBK

## ŚRODOWISKO NATURALNE

Strona 35

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania środowisko naturalne

- Mierzenie wpływu na środowisko naturalne
- Poprawa efektywności zużycia wody/ energii
- Zarządzanie odpadami/ recycling
  - Polityka zakupowa- elementy kryteriów środowiskowych
  - Kultura ekologiczna i świadomość ekologiczna pracowników
  - Ekologiczne produkty/ etykiety

### ŚRODOWISKO NATURALNE

Strona 36

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania środowisko naturalne

- Marketing zaangażowany społecznie
- Programy zaangażowania środowiskowego
- Promocja sprawy
- Kampanie informacyjne
- Kampanie edukacyjne

### ŚRODOWISKO NATURALNE - narzędzia

Strona 37

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania środowisko naturalne

 **AMERICAN  
ELECTRIC  
POWER**

- 261 350 klientów zrezygnowało z papierowych rachunków (7%)
- Aspekt środowiskowy: zmniejszenie odpadów stałych, gazów cieplarnianych, galonów ścieków
- Aspekt biznesowy: obniżenie kosztów korespondencji z klientami; oszczędność 89 ton papieru

### ŚRODOWISKO NATURALNE - dobra praktyka

Strona 38

 Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania środowisko naturalne

- 'Add more green' - zestaw produktów i usług promujących świadomość ekologiczną
- Aspekt środowiskowy: zmniejszenie zużycia papieru; promowanie systemu odnawialnej energii oraz samochodów zasilanych napędem hybrydowym lub opartych na technologii flexifuel; fundusz „Add More Green” na realizację projektów środowiskowych
- Aspekt biznesowy: obniżenie kosztów korespondencji z klientami; sprzedaż produktów bankowych



**ŚRODOWISKO NATURALNE** - dobra praktyka

Strona 39

## SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

Strona 40

## Obszar zaangażowania społeczności lokalne

- Strategie *dobrego sąsiedztwa*
- Przewaga *gdzie?* na *jak?*
- Strategiczna filantropia a programy zaangażowania społecznego
- Wolontariat pracowniczy

### SPOŁECZNOŚCI LOKALNE

Strona 41



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania społeczności lokalne

- Doradztwo, know- how
- Udostępnienie biura, lokalu
- Pomoc rzeczowa
- Wolontariat
- Dotacje
- Sponsoring
- Zakupy na rynku lokalnym

### SPOŁECZNOŚCI LOKALNE - narzędzia

Strona 42



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania społeczności lokalne

- Partnerstwo z samorządem, lokalną organizacją pożytku publicznego
- Konsultacje i dialog społeczny
- Sektorowe i międzysektorowe koalicje lokalne
- Programy z logo BZWBK
- Fundacja BZWBK

### SPOŁECZNOŚCI LOKALNE - mechanizmy

Strona 43



WBK

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania społeczności lokalne

**Zaangażowanie społeczne** to jeden z obszarów CSR, ukierunkowany na budowanie relacji ze społecznościami lokalnymi oraz wsparciem na rzecz rozwoju społecznego.



**Strategiczne zaangażowanie społeczne** - odejście od jednorazowej, reaktywnej odpowiedzi na prośby o wsparcie, na rzecz długofalowego partnerstwa z wybranymi organizacjami; partnerskie rozwiązywanie określonych problemów społecznych, które firma uznała za istotne.

Strona 44



WBK

Bank Zachodni WBK

## Integracja efektywności

społeczeństwo

Strona 45

Bank Zachodni WBK

## Obszar zaangażowania społeczności lokalne

**Cel:** Promocja przedsiębiorczości

**Partnerzy:**

- Polska Przedsiębiorcza
- Narodowy Bank Polski
- Bank Zachodni WBK

**Narzędzia:**

- Wolontariat pracowniczy
- Doradztwo- obustronne
- Wymiana wiedzy
- Wsparcie finansowe

**Działania:**

- Dni Polski Przedsiębiorczej
- Odpowiedzialny biznes
- Homo Banconimus
- Liderzy Polski Przedsiębiorczej
- Przedsiębiorczy pre- paid

**SPOŁECZNOŚCI LOKALNE** - dobra praktyka

Strona 46

Bank Zachodni WBK

## Wybór kwestii społecznych przez biznes- kogo wspieramy?

- Wybór tematów społecznych
- Czy wybrane kwestie społeczne są ważne dla społeczności, w których prowadzimy biznes?
- Czy wspiera naszą strategię?
- Czy jest ważny dla naszych interesariuszy?
- Jaki czas jest potrzebny na rozwiązanie podjętej kwestii społecznej?

Strona 47

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

## Jak nakłonić biznes do współpracy – kogo potrzebujemy?

- Lista tematów/ inicjatyw potrzebujących wsparcia.
- Identyfikacja firm- misje, produkty, usługi, klienci, cele biznesowe- nawiązanie do potrzeb.
- Nawiązanie kontaktu/ poznanie potrzeb
- Identyfikacja punktów wspólnych
- Propozycja współpracy
- Współudział w opracowaniu planu

Strona 48

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

**Zapraszamy na ćwiczenie praktyczne**

Strona 49

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

**Dziękuję za uwagę.**

Strona 50

 **WBK** | Bank Zachodni WBK

## KONTAKT

Anna Łuszcz  
Anna.Luszcz@bzwbk.pl  
+48 (22) 586 8541



**WBK**

Bank Zachodni WBK