

Ruszył program PGG Family

Utworzono: czwartek, 26 kwietnia 2018

Autor: Aldona Minorczyk-Cichy

Źródło: Trybuna Górnicza

Tańsza benzyna, bilety do kina i na koncert, ubezpieczenia i zakupy w sklepach sportowych. To na dzień dobry, bo program PGG Family dopiero rozpoczyna działalność w Polskiej Grupie Górniczej. Na razie uczestniczą w nim cztery firmy, a docelowo może być ich nawet kilkanaście.

- Tańsze usługi nasi pracownicy i ich rodziny będą mogli kupować w takich obszarach jak transport, ubezpieczenia, zakupy i rozrywka - podkreślił Tomasz Rogala, prezes PGG, dodając, że lista zniżek i firm współpracujących będzie się rozrastać.

Paweł Dolecki z Orlenu powiedział, że jego firma oferuje pracownikom PGG karty rabatowe na paliwa i usługi świadczone na stacjach paliw, np. na myjnię. PZU planuje poszerzenie pakietu usług o nowe, związane z klubem PZU Pomoc, żeby dopasować programy do potrzeb konkretnego pracownika. Chodzi m.in. o rabaty na zakupy w sklepach stacjonarnych i internetowych, możliwość startu w konkursach.

Pomyślano także o osobach uprawiających sport.

- Takich osób jest coraz więcej, można o nich przeczytać czasami w Magazynie PGG. W ogóle pracownicy młodzi stanowią większość naszej załogi. Z myślą o nich przygotowaliśmy zniżki na zakup różnego rodzaju sprzętu sportowego, czy ubrań - podkreślił prezes Rogala.

Iwona Książek, z Intersport Polska SA, zapewnia, że jej firma oferuje dobry jakościowo sprzęt.

- Przygotowaliśmy dedykowaną pracownikom PGG stronę internetową. Można na niej zapoznać się z produktami, na które będą 5 lub 10 proc. rabaty - poinformowała Książek.

Jarosław Komorowski, prezes MyBenefit, zaproponował, aby dzięki karcie górnicy i ich rodziny mogli np. kupić tańsze bilety do kina czy na koncert.

Prezes Rogala zaznaczył, jego spółka chce wykorzystać efekt skali, bo w PGG, w 19 zakładach produkcyjnych pracuje 43 tys. osób, ale wraz z członkami rodzin to już blisko 200 tys. konsumentów.

- Wbrew stereotypom, to są ludzie w większości młodzi, na co dzień korzystający np. z obiektów sportowych - podkreślił prezes.

Rozmowy z pozostałymi partnerami jeszcze są finalizowane, umowy mają zostać podpisane w najbliższych dniach.

Jak już pisała TG i portal nettg.pl, benefity dla pracowników to sposób na związanie ich z firmą i zachęcenie do pracy w danej spółce. Oferuje je obecnie większość dużych pracodawców. I tak np. w Lidlu pracownicy mogą liczyć na prywatną opiekę zdrowotną (także dla rodzin), udział w badaniach profilaktycznych, kartę Multisport, ubezpieczenie na życie, wyprawkę dla pierwszoklasisty, świąteczne prezenty (także dla dzieci).

Zatrudnieni w IKEA dostają dofinansowanie do funduszu emerytalnego, premie związane z wynikiem finansowym firmy, indywidualnie dopasowane pakiety świadczeń (np. zajęcia sportowe, masaże, książki, bilety do teatru), ubezpieczenie, prywatną opiekę medyczną, zniżki pracownicze, bony świąteczne i nagrody związane ze stażem pracy.

Dopłaty do wakacji i przedszkola, pomoce edukacyjne, usługi transportowe, często też różnego rodzaju pakiety medyczne, badania i konsultacje lekarskie – to już norma. Do tego dochodzą szkolenia językowe, menedżerskie, studia podyplomowe, dopłaty do wakacji, imprezy integracyjne, zwrot kosztów transportu.

Obecny rynek pracy to rynek pracownika. Aby najpierw zatrudnić, a potem utrzymać dobrego fachowca trzeba się naprawdę postarać. Firmy muszą sięgać po coraz bardziej oryginalne narzędzia motywacyjne.

