

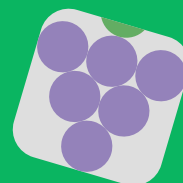


МОЯ ФОРА



Випуск №17

+100%
ДО НАСТРОЮ



фора



Робота, потрібна людям



ЗМІСТ

- 4** Завжди поруч: Фора оновила стиль
- 7** Результати опитування «Оціни Фору як роботодавця»
- 9** Новий бренд Фори як роботодавця
- 11** Людиноцентричність в умовах війни
- 15** Стрімкий зліт власної торгової марки «Зірковий вибір»
- 17** Як ми привезли DM до України
- 19** «ФораSafe»: нові простори мережі
- 20** Фора впроваджує електронну чергу
- 21** Збирай, як для себе
- 23** СУПЕРетикетник для магазинів
- 24** Пригоди солов'їного медіаконтенту
- 25** Електронний документообіг
- 27** Zero-based budgeting
- 28** IT-ініціативи Фори: простота та прозорість
- 31** Ризикове страхування життя
- 32** Знайомся з новими компетенціями!
- 33** Навчання в HUB для СУПЕРФОРІВЦІВ
- 35** Чемпіонат магазинів
- 36** Чемпіонат керівників
- 37** Ювілей роботи у Фори
- 38** Річниця роботи у Фори
- 39** День народження магазину
- 40** Спортивна Фора
- 44** Піклування про військових
- 46** Лідери RTF серед нас
- 50** Лінія довіри

СУПЕРФОРІВЦІ!

Вже третій рік ми працюємо в умовах великої війни, що ставить перед українцями безпрецедентні виклики. Наша команда демонструє неймовірну стійкість і відданість, забезпечуючи стабільну роботу Фори та підтримку наших Гостей і одне одного в цей складний час. Це заслуговує на найвищу повагу та вдячність.

Кожен робить усе можливе і навіть більше, щоб зберігати високий рівень сервісу та продуктивність нашої роботи. Відданість і професіоналізм є запорукою нашого успіху і доказом того, що ми здатні долати будь-які труднощі. А наші спільні зусилля дозволяють зберігати позиції на ринку та продовжувати розвиватися. Нові магазини та робочі місця – важливий крок у зміцненні нашого бренду на національному рівні.

Фора – це робота, яка потрібна людям. Потрібна не лише для країни з метою забезпечення продуктами харчування, не лише для Гостей, щоб і в будні, і на свята були свіжі смаколики, а й для тих, хто шукає можливості працевлаштування, отримання стабільного доходу та подальшого кар'єрного зростання.

Ми не застигли на місці, ми перебуваємо в постійному русі. Оновлюємося ззовні та зсередини, впроваджуємо сучасні технологічні рішення. Ці досягнення стали можливими завдяки кожному з вас. Дякую за щоденну працю! Впевнений, що разом ми досягнемо ще більших висот.

Попереду ще багато роботи, нових викликів і можливостей. Продовжуймо й надалі працювати, примножуючи людиноцентричність, де кожен Гість та СУПЕРФОРІВЕЦЬ є важливим.

Виконавчий директор





ЗАВЖДИ ПОРУЧ: ФОРА ОНОВИЛА СТИЛЬ



У партнерстві з креативною агенцією Taktika ми провели ребрендинг.

Стрімкі зміни в країні спонукали нас до адаптації своєї стратегії. Враховуючи нові реалії, компанія оновила підхід до продуктового забезпечення Гостей, розділивши торгові точки на формати для підсилення позиціювання бренду «Піклування в дії».

ФОРА CONVENIENCE – найрозповсюдженіший формат (найбільші за процією магазини мережі, їхній розмір стартує від 300 м²).

ФОРА ЕКСПРЕС – магазини з компактною площею (від 120 м² до 300 м²), розміщені в густонаселених і високотрафікових районах. Дають можливість Гостю докупити товари протягом тижня, поряд із домом.

ФОРА TO GO – формат, який розташовується в житлових комплексах і має найменшу площу – до 100 м². Можуть бути сфокусовані на каві та випічці чи мати розширений асортимент алкоголю власного імпорту.

Ці зміни також вплинули на візуальний стиль, який тепер краще відображає оновлену стратегію бренду. Дизайн мережі став більш сучасним, щоб бути в трендах сьогодення та яскравіше демонструвати бренд Фори. Наш партнер, креативна агенція Taktika*, оновила айдентику бренду, розробивши фірмові елементи. Зокрема, запропонувала нові принципи верстки для макетів у всіх каналах комунікацій – від вітрин до соцмереж.



Маркетинг-менеджерка

Оновлена айдентика бренду Фори є стратегічним рішенням для нашого розвитку. Ми прагнемо, щоб будь-яка взаємодія з Форою – чи то відвідування магазину, онлайн-шопінг або перегляд реклами – була цілісною та послідовною. Єдиний оновлений візуальний стиль допоможе надалі розвивати бренд, що підвищує задоволеність Гостей та їхню лояльність.

* Taktika – це креативна агенція, яка робить зрозумілу та помітну рекламу. Агенція співпрацює з національними та глобальними брендами, серед яких Prom, ПриватБанк, Favbet, MasterZoo. Їхні роботи відзначені міжнародними нагородами Red Dot Design Award і Golden Drum.

**КУПУЙ
ОНЛАЙН НА**

shop.fora.ua

**ЗНИЖКИ
ДО
-50%**

**ВІДКРИТТЯ
НОВОГО
СУПЕРМАРКЕТУ**

вул. Оноре де Бальзака,
будинок 85

Знижки до
-50%
з 19.05 до 21.05.24

фора

Приходь
гоłodним

ФОРА TO GO

фора

Проект Науки,
будинок 24

**ПРИЙШОВ,
ПОБАЧИВ,
КУПИВ**

-44%

32 90 грн

Малина червона
ТМ "ЕКОВІСТА", 250 Г

фора

Проект Науки,
будинок 24

Зручно
для
ДОМУ

ФОРА ЕКСПРЕС

фора

Вул. Котляревського,
будинок 2

**ІКРА ЛОСОСЕВА
ЗЕРНИСТА, 3/Б,
ТМ "СПЕЦПОСОЛ",
80 Г**

ЛАЙК ЦІНА • ЛАЙК ЦІНА

168 90 грн

108 90 грн

фора

**ХОЧЕТЬСЯ
ДОДАТИ ЩОСЬ
ДО ПОСИДЕНЬОК
З ДРУЗЬЯМИ?**

Знижки до
-60%
на готові м'ясні та
сирні нарізки

59 90 грн

фора

РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ «ОЦІНИ ФОРУ ЯК РОБОТОДАВЦЯ» 2024 ENPS CSI



СУПЕРФОРІВЦІ, цього року ми провели повторне опитування «Оціни Фору як роботодавця». Дуже дякуємо всім, хто доєднався до опитування. Кожна думка є важливою та допоможе зробити Фору кращим роботодавцем. Раді поділитися результатами дослідження.

Цього року заповнило анкету 64,8% СУПЕРФОРІВЦІВ. Тобто ми отримали 6 671 відповідь, що на 784 шт. (1,1%) більше, ніж у 2023 році. І це попри те, що під час опитування вже почалися перебої з електропостачанням.

Нагадаємо, що **eNPS** – це індекс лояльності співробітників, що визначає рівень готовності СУПЕРФОРІВЦІВ рекомендувати Фору як роботодавця своїм друзям та близьким, якби вони шукали роботу. **CSI** – це індекс задоволеності співробітників, що визначає рівень, наскільки в цілому СУПЕРФОРІВЦІ задоволені роботою у Форі. Розраховується він так само, як індекс eNPS.

Індекс eNPS розраховується:
 $\% \text{ промoутерів} - \% \text{ критиків} = \text{індекс}$

Ми отримали такий результат:
 $XX\% - XX\% = +XX\%$

Індекс **eNPS 2024 склав +XX%**, що свідчить про незначний спад на 1,7% від рівня 2023 року.
Індекс **CSI 2024 склав +XX%**, що також засвідчує незначний спад на XX% від рівня 2023 року.

Дослідження показало, що по розрахунку за методом CSI **найбільше СУПЕРФОРІВЦІ задоволені** такими факторами роботи у Форі, як:

- **Зручність розташування місця роботи:** +XX%
- **Надійна, стабільна компанія:** +XX%
- **Можливість вільно донести до керівництва проблеми, ідеї чи пропозиції:** +XX%
- **Високий рівень сервісу для зовнішнього Гостя:** +XX%

Наші здобутки за 2024 рік, якими нам варто пишатися – це фактори, результати яких виростили в порівнянні з 2023 роком:

- **Рівень заробітної плати:** зростання на +XX%
- **Зрозуміла система нарахування зарплати:** зростання на +XX%
- **Чесна оплата додаткової роботи:** зростання на +XX%
- **Я роблю більшість покупок тільки у Форі:** зростання на +XX%

Тож скільки СУПЕРФОРІВЦІВ порекомендують роботу у Форі своєму другові, що шукає роботу? Скільки ще не визначилися? А скільки не готові рекомендувати роботу у Форі?

За даними дослідження 2024 року, ми отримали такі цифри:



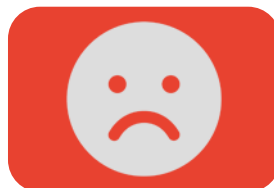
XX% ПРОМОУТЕРИ

(задоволені компанією та повністю готові її рекомендувати)



XX% НЕЙТРАЛИ

(задоволені компанією, швидше за все готові її рекомендувати)



XX% КРИТИКИ

(незадоволені компанією та не рекомендують її)



Начальниця відділу з формування іміджу роботодавця

Здавалося б, це від'ємна динаміка. Але насправді наш підрядник Q&Q Digital зазначив, що те, що ми майже втримали показники 2023 року, є великим досягненням для Фори, бо ми не можемо розглядати результати опитування без урахування ситуації в країні. На жаль, всі ми зараз переживаємо непрості часи. І соціологічні дослідження в Україні показують дуже невтішну динаміку психологічних настроїв населення.

Наприклад, дослідження компанії Gradus «Психологічні стани українського населення» фіксує найвищий рівень стресу українців – 88%, що навіть більше, ніж на початку повномасштабного вторгнення. А ключові емоції українців, як жінок, так і чоловіків: втома, напруженість, роздратування та надія.

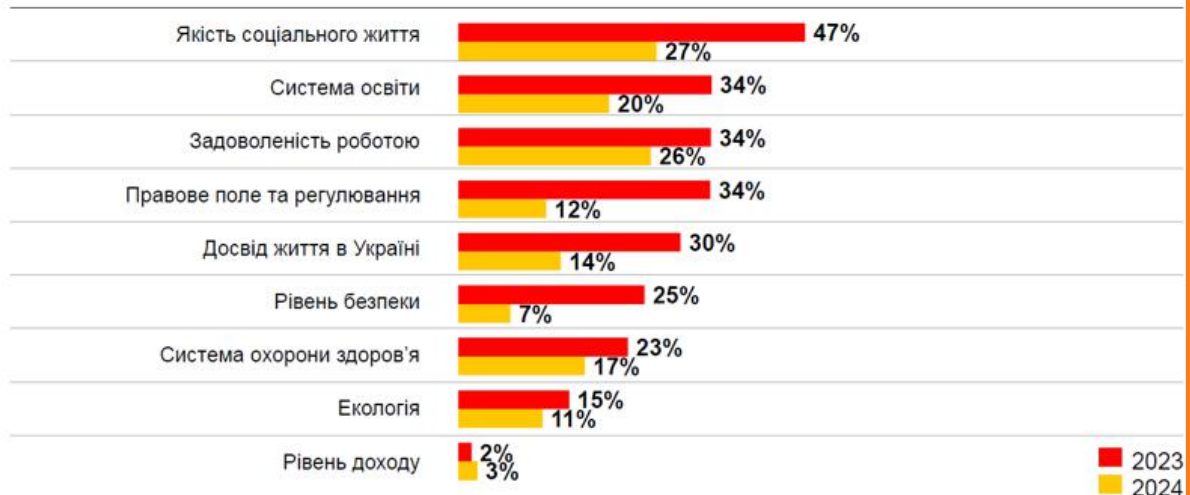
Відчували останнім часом стрес або сильну знервованість:



Понад 50% українців не вірять у швидке завершення війни та вважають, що активні бойові дії розтягнуться на роки.

Детальніше наведемо результати цього ж дослідження про загальне сприйняття основних факторів задоволеності життям українців, де бачимо загальне зниження задоволеністю роботою аж на 8%.

ДИНАМІКА ФАКТОРІВ ЗА НАЙВИЩИМИ ОЦІНКАМИ РЕСПОНДЕНТІВ



Сортування за показниками широкій аудиторії 2023
База: Широка аудиторія: 2023 – 1091, 2024 – 1066, Представники бізнесу EBA: 2023 – 359, 2024 – 472

Ми й далі будемо відстежувати наші фактори здоров'я бренду роботодавця, щоб знати свої сильні сторони й зони розвитку, бо жодні зовнішні фактори не змінять того, що Форя створює нові робочі місця для українців, продовжує піклуватися про СУПЕРФОРІВЦІВ і Гостей, а наша команда створює справжню Спільноту піклування, яка забезпечує економічну та фізичну доступність продуктів харчування.

Робімо разом Фору кращим роботодавцем!



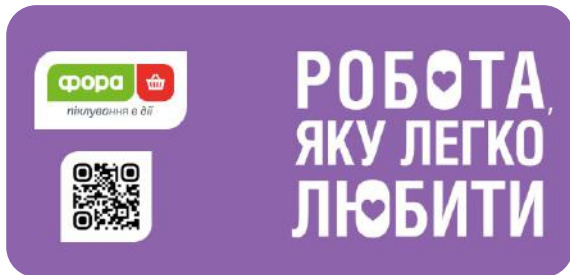
НОВИЙ БРЕНД ФОРИ ЯК РОБОТОДАВЦЯ



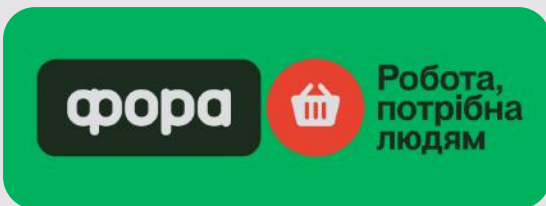
Робота, потрібна людям

Фора оновлює позиціонування та візуальний стиль бренду роботодавця. Все для того, щоб стати більш помітними та зрозумілими на ринку праці. Все задля того, щоб СУПЕРФОРІВЦІ пишалися своєю роботою і своїм місцем роботи. Все для того, щоб майбутні СУПЕРФОРІВЦІ більше дізнавалися про нас і хотіли працювати саме у Форі.

Як виглядав наш бренд роботодавця раніше:



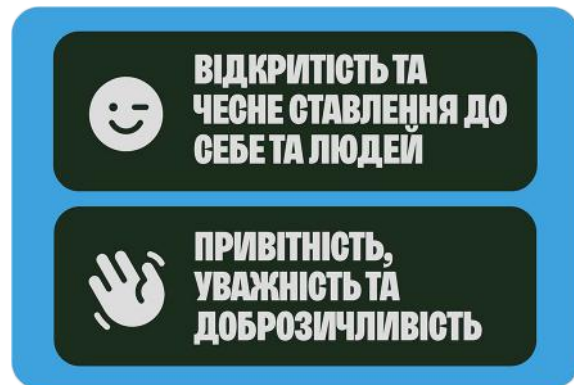
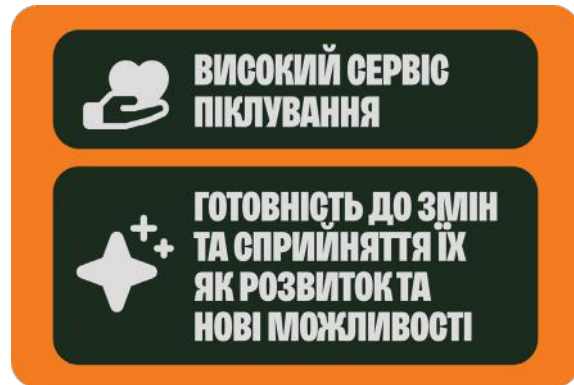
Ми довго готувалися та вже спішимо поділитися з командою СУПЕРФОРІВЦІВ результатом – нашим оновленим брендом роботодавця:



Додатково оновили логотип СУПЕРФОРІВЦІВ:



Також модернізувалися характеристики ідеального СУПЕРФОРІВЦЯ:



За оновленням бренду роботодавця насправді стоїть багато роботи великої команди СУПЕРФОРІВЦІВ, а також наших партнерів із маркетингової агенції Q&Q Digital та креативної агенції Taktika. Бо найголовніше, що оновилися не лише лозунги та зображення, ми оновили сенси та усвідомлення нашого бренду роботодавця. У бриф (ред. документ, в якому описують всі основні завдання по проекту, вимоги й вхідні дані, а також мету проекту) ми надали агенції вижимку з досліджень та ключову інформацію про Фору як роботодавця.



Керівниця департаменту з внутрішніх комунікацій та корпоративної культури

Бачу в оновленому позиціонуванні велику глибину та силу! Нам вдалося розкрити важливість нашої роботи на декількох рівнях. Ми витончено підкреслюємо оновлену місію Фори та підсвічуємо нашу соціальну важливість для України. Вже зовсім скоро очікуйте на оновлення всіх наших зовнішніх і внутрішніх комунікацій як роботодавця!

Дякуємо колегам Офісу зі стратегії розвитку, просування та клієнтського досвіду за допомогу з проектом та організацію роботи з нашим креативним підрядником Taktika. Вдячні кожному СУПЕРФОРІВЦЮ, хто зміг долучитися до досліджень!

Тож команда СУПЕРФОРІВЦІВ має знати, яким був повний шлях оновлення бренду роботодавця. Напочатку 2022 року ми задалися метою змінити наше позиціонування як роботодавця. Але повномасштабне вторгнення внесло свої корективи. Тож у 2023 році у Форі продовжився проект EVP, що складався з декількох етапів:

- **Якісний етап дослідження:** організували фасилітації з ключовими співробітниками, провели глибинні інтерв'ю з СУПЕРФОРІВЦЯМИ, ініціювали фокус-групи з нашою зовнішньою цільовою аудиторією (пошукачі, співробітники конкурентів, колишні співробітники Фори). На цьому етапі ми створили гіпотези сильних сторін нашого бренду роботодавця, а також факторів, що стримують наш розвиток.
- **Кількісний етап дослідження:** запустили дослідження, де всі охочі СУПЕРФОРІВЦІ могли пройти опитування «Оціни Фору як роботодавця 2023».

Ми перевірили гіпотези якісних досліджень і виявили сильні сторони Фори як роботодавця, а також наші пріоритетні зони розвитку.

- **Конкурентний аналіз:** провели три додаткові стратегічні сесії для визначення місця Фори як роботодавця в конкурентному полі. Завдяки телефонним інтерв'ю із СУПЕРФОРІВЦЯМИ, які мали досвід роботи у наших конкурентів, виокремили унікальні переваги Фори як місця роботи для різних цільових аудиторій серед українських ритейлерів.
- **Оновлення ціннісної пропозиції роботодавця (EVP):** створили загальне позиціонування Фори як роботодавця, а також більш детальні для різних цільових аудиторій, таких як молодь і студенти, а також кваліфіковані професіонали.
- **Розробка креативної частини EVP:** забрифували креативну агенцію Taktika. Найдовгоочікуваний етап усього проекту. Фора, як бренд і як роботодавець, єдина для зовнішнього сприйняття. І ми чекали загального оновлення візуального стилю Фори, щоб зміна креативної частини EVP стала природним продовженням всього бренду.



Начальниця відділу з формування іміджу роботодавця

Перші етапи проекту EVP були найважливішими, бо вимагали високої залученості та відкритості тисяч СУПЕРФОРІВЦІВ. Фасилітації з ключовими співробітниками змусили задуматися над простим і водночас складним питанням: «Що значить працювати саме у Форі?» Під час якісних досліджень та конкурентного аналізу ми ставили дивні, незручні запитання. Але саме цей етап дозволив почути голоси СУПЕРФОРІВЦІВ і викристалізувати з усього потоку те, що нас єднає, дозволяє пишатися Форою як брендом і роботодавцем.



Менеджер креативних проєктів

Щоб відчутти атмосферу нашої роботи, колеги з агенції проробили велику роботу: ознайомилися з результатами наших досліджень, передивилися та були розчулені фільмом «Фора незламна», опрацювали наше оновлене позиціонування та додатково провели декілька сесій із СУПЕРФОРІВЦЯМИ. Тепер у нас є єдина дизайн-система, яка підсилює і загальний бренд, і бренд роботодавця Фори.

Більшість конкурентів використовує модельні фотозйомки людей на своїх постерах, ми ж маємо відрізнятись та пішли в іншу візуалізацію, яка більше ілюструє нашу повсякденну роботу. Тож концептуально оновлення бренду роботодавця на всіх площадках поступово виглядатиме так:



Певно вся команда СУПЕРФОРІВЦІВ розуміє, що з 2023 року Фора стала на шлях якісних змін та яскравого оновлення. Ми реагуємо на зміни в країні, на зміни в потребах наших Гостей, на зміни на ринку праці. Ми сформулювали візію, оновили місію, цінності, а тепер змінюємо позиціонування бренду роботодавця.



Директорка з управління персоналом

Новий бренд роботодавця відображає нашу людиноцентричну стратегію. Ми фокусуємося на потребах пошукачів, СУПЕРФОРІВЦІВ і, звісно, наших Гостей. В умовах кадрового голоду по всій країні нам дійсно потрібні люди. Ми відкриті до співпраці з усіма верствами населення. Готові на співпрацю в будь-якій формі. Бо лише в синергії нашої Спільноти піклування ми зможемо подолати виклики та разом наблизити Перемогу!

Примножуємо людиноцентричність, де кожен СУПЕРФОРІВЕЦЬ, кожен майбутній СУПЕРФОРІВЕЦЬ і кожен Гість є важливим!

ЛЮДИНОЦЕНТРИЧНІСТЬ В УМОВАХ ВІЙНИ

Україна переживає повномасштабне вторгнення, яке дається в знаки у всіх сферах: політичній, економічній, соціальній та інших. Ці обставини безпосередньо впливають і на ринок праці, де багато компаній стикаються з серйозними проблемами кадрового дефіциту. Дослідники Центру Разумкова констатують, що на початку 2024 року чисельність працездатного населення в Україні знизилася на 40%, порівняно з 2021 роком. А як щодо плинності? Висока плинність кадрів не є дивиною для ритейлу – її звичайний річний показник традиційно становить 60%. Проте зараз цей виклик актуальний більше, ніж коли-небудь. Попри складні умови, Фора забезпечує експансію мережі, надаючи стабільний розвиток бізнесу й СУПЕРФОРІВЦІВ. Як нам це вдається – діляться директорка з персоналу та директорка з операційної діяльності.



ЯКИМИ ПРИЧИНАМИ ОБУМОВЛЕНИЙ ДЕФІЦИТ КАДРІВ У ВСІЙ КРАЇНІ ТА У ФОРІ ЗОКРЕМА?

Причини дефіциту кадрів дуже прозорі та зрозумілі. Основні з них: виїзд за кордон, внутрішнє переміщення населення умовно безпечною територією України та мобілізація. Зрозуміло, що мобілізація впливає переважно на комплектацію стереотипно чоловічих професій. А щодо повернення наших біженців із закордону: з кожним навчальним роком можливість їхнього повернення до України знижується на 30%. Восени почнеться третій навчальний рік...

Для галузі ритейлу додатковими причинами дефіциту є ще й насиченість і темп роботи, що підходять не всім пошукачам. Навіть аутсорс-компанії вже не можуть перекрити потребу різних бізнесів у співробітниках повною мірою.

Але з причинами ми вже змирилися, справжнім викликом є глибина цих змін. В HR-спільноті, на конференціях та професійних заходах, вже говорять не про простий дефіцит. Ми чуємо формулювання «кадровий голодомор». З ним стикається кожна галузь, кожен український бізнес. Наші магазини вже відчувають нестачу персоналу. При цьому, з урахуванням ситуації в країні, ми тримаємо доволі гарні показники для ритейлу.

Але, на жаль, маємо визнати, що це лише початок кризи. Це вже не наш сезонний літній тренд – це стабільний регрес. Маємо бути готові до того, що в зимовий сезон будемо знаходитись у ще більшому дефіциті персоналу.

Директорка з персоналу

У ПРОФЕСІОНАЛАХ ЯКОГО НАПРЯМКУ ПОТРЕБА ФОРИ НАРАЗІ СТОІТЬ НАИБІЛЬШ ГОСТРО?

На жаль, я повністю згодна з цим жорстоким, але влучним формулюванням, бо 20% мережі точно відчуває «кадровий голодомор»! Ми відчуваємо нестачу персоналу дуже гостро, а особливо це торкнулося професійно досвідчених людей і вузькопрофільних спеціалістів. Немає того рівня професіоналів, які були навіть у 2022 році.

При цьому ми маємо амбітні цілі зростання бізнесу. Ми розвиваємося досить швидко і тому ще більш гостро відчуваємо нестачу професіоналів, які можуть ділитися досвідом, навчати новачків, особливо персонал у нових філіалах. Через повномасштабне вторгнення менше українців готові їздити на довгі відрядження Україною, комплектація Ліги кращих – великий виклик для нас зараз. Через це ще складніше стало передати експертизу в нові регіони, щоб щойностворені команди СУПЕРФОРІВЦІВ дотримувалися високих стандартів сервісу піклування про наших Гостей, а також одне про одного.

Щодо контактних із Гостем професій: нам потрібні касири та працівники виробництва. Щодо традиційно чоловічих посад – ми гостро відчуваємо дефіцит вантажників, бо хлопці зараз захищають нас, захищають Україну.

Директорка з операційної діяльності



ЯК БІЗНЕС РОЗВ'ЯЗУЄ ПРОБЛЕМУ НЕДОСТАЧІ КАДРІВ?

Ми фокусуємо нашу увагу на декількох напрямках, а саме:

- на залученні нових кандидатів, щоб наповнювати наші магазини персоналом та покращувати комплектацію;
- на покращенні досвіду СУПЕРФОРІВЦЯ, щоб тримати наші команди та запобігати високій плинності;
- на вдосконаленні наших бізнес-процесів, щоб бути більш продуктивними меншими ресурсами та нарощувати наші KPI.

Залучення кандидатів. Ми повністю оновили наш бренд роботодавця, щоб бути помітнішими, яскравішими та зрозумілішими для кандидатів. Фора вже давно переросла позиціонування «Робота, яку легко любити».

З 2022 року кожен СУПЕРФОРІВЕЦЬ відчув важливість своєї роботи для себе, для українців та України. Наша місія «Забезпечити економічну та фізичну доступність продуктів харчування» ще більше фокусує нас на головному. Тож «Фора – робота, потрібна людям» – це просте й чесне відображення нашого бізнесу на цьому етапі. Наша робота кожен день потрібна українцям, бо їм потрібні продукти. Наша робота – діяльність у критичній інфраструктурі країни, ми залишаємося з Україною, сяємо без світла та тримаємо економічний тил. Робота, яку пропонує Фора, потрібна і професіоналам, і студентам, і ветеранам, і мамам в декреті, і літнім людям – ми завжди безбар'єрні для людей, які хочуть відчувати впевненість у майбутньому та шукають стабільну роботу з перспективами розвитку.

Покращення досвіду СУПЕРФОРІВЦЯ.

Ми плануємо поступовий перегляд процесів всіх етапів життєвого циклу СУПЕРФОРІВЦЯ в компанії, щоб при кожному контакті з Форую як роботодавцем СУПЕРФОРІВЦІ отримували високий сервіс. Ми просимо СУПЕРФОРІВЦІВ ділитися своїми щирими думками та ретельно аналізуємо результати опитування «Оціни Форую як роботодавця», щоб берегти й розвивати наші сильні сторони, і, звісно, працювати над нашими зонами розвитку.

В українському бізнесі йде боротьба за кожного співробітника, тому першочергово лідери мають тримати свої команди.

Саме тому, не дивлячись на всі виклики, ми сфокусувалися на людиноцентричній стратегії для всього бізнесу.

Ми розробляємо нові інструменти для збереження справедливості доходу: доплати за чоловічу роботу, за складність у магазинах із непростою інфраструктурою. Впровадили фіксований штатний розклад для реалізації дійсно гнучких графіків роботи. Також особливу увагу звертаємо на ефективність наших бізнес-процесів, розробляємо наші селф-сервіси та змінюємо процеси під них, але про це детальніше розповість Кристина.

Директорка з персоналу



А ЯК СПРАВЛЯЮТЬСЯ З ЦИМ ВИКЛИКОМ МАГАЗИНИ?

Ми змінюємо наші бізнес процеси. Втілюємо автоматизовані рішення, які допомагають робити процеси легше: ТЗД, електронна черга, електронні цінники, збільшуємо кількість КСО. Ми змінюємо та диджиталізуємо досвід Гостя: ФораПей, онлайн доставка.

Ми робимо наші посади більш мультифункціональними, що дає змогу СУПЕРФОРІВЦЯМ отримати різноплановий досвід та «прикривати» одне одного в разі потреби. Ми допомагаємо одне одному на програмі «Пліч-о-пліч». Також ініціювали партнерську програму «Допомагай магазинам та отримуй додатковий дохід».

Таким чином наші близькі та рідні можуть прийти на підробіток до Фори.

Ми відкриті для всіх верств населення: надаємо гнучкі графіки для студентів, маємо посади для людей з інвалідністю, радо чекаємо на повернення наших ветеранів, пропонуємо підробіток не лише літнім людям, а зараз вже й молоді, яка не досягла повноліття. Звісно, ми залучаємо й аутсорс до допомоги нашим магазинам.

Ми до кожної професії, до будь-якої нашої цільової аудиторії ставимося однаково з повагою, як до справжніх СУПЕРФОРІВЦІВ, не зважаючи на форму співпраці.

Директорка з операційної діяльності

ЯК ФОРА УТРИМУЄ ЗАЛУЧЕНИХ СУПЕРФОРІВЦІВ?

Корпоративна культура – наша основна перевага над конкурентами, вона тримає наші команди. Тож ми маємо дати можливість кожному, хто працює, допомагає і просто є нашим Гостем зануритися у світ Фори.

Поки у співробітника та компанії збігаються цінності, поки компанія надає можливості реалізації та поглиблення професійної експертизи, співробітник буде продовжувати обирати саме свою компанію серед інших. Він має відчувати, що його цінують, що його професіоналізму довіряють, а до думки обов'язково прислухаються. Це і є людиноцентричною стратегією, бо ми фокусуємося на потребах наших людей. Ми розвиваємо культуру наставництва та наступництва, щоб забезпечити розвиток і професійне дозрівання експертизи всередині компанії. Наш свідомий вибір – бачити перспективу в наших людях і зрощувати їхню експертизу.

Наша експансія – це в першу чергу можливості кар'єрного зростання для кожного СУПЕРФОРІВЦЯ і через Лігу кращих, і через Лігу експансії, і через долучення до нових команд магазинів у нових ролях. Ми завжди підтримуємо ініціативу СУПЕРФОРІВЦІВ та створюємо простір для втілення інноваційних проєктів.

Створюємо нові програми нематеріальної мотивації, розробляємо інструменти для керівників, які дозволяють відзначати персональні та командні успіхи. Ми просто продовжуємо піклуватися про наших СУПЕРФОРІВЦІВ.

Директорка з персоналу

Передусім ми надаємо унікальні можливості розвитку. Досвід СУПЕРФОРІВЦІВ із мережі й Операційного офісу є дуже важливим для всієї Фори. Наш Офіс – крутий старт. Розбиратися в операційних процесах, розуміти наші команди на місцях – ось що відкриває нові можливості кар'єрного розвитку та опанування нових напрямків в розвитку бізнесу. З таким досвідом можливо досягти значних успіхів, як в рамках Операційного офісу, так і в рамках Фори загалом. Ми радо вітаємо можливості кросфункційного розвитку СУПЕРФОРІВЦІВ. Бо таким чином ми підсилюємо синергію взаємодії різних Офісів. Це важливо для досягнення високих результатів бізнесу.

Тож зараз ми вводимо Оксану Дорофєєву в Офіс з персоналу на посаду керівниці департаменту з підбору, адаптації та супроводу персоналу. Ми завжди в синергії працюємо разом з Офісом з персоналу: куратори ОО та HR співпрацюють для ефективної роботи мережі, навіть організують сумісні об'їзди магазинів. Та нові структурні зміни, нова роль Оксани в бізнесі дозволять ще більше підсилити потреби мережі.

Важливо знати свою цільову аудиторію та відчувати своїх людей, тоді можливо подолати будь-які задачі.

Директорка з операційної діяльності



СТРІМКИЙ ЗЛІТ ВЛАСНОЇ ТОРГОВОЇ МАРКИ «ЗІРКОВИЙ ВИБІР»

Понад 120 найменувань на ринку



У березні 2024 року Форa розширила асортимент товарами власної торгової марки (далі – ВТМ) – «Зірковий вибір». Це якісні продукти українського виробництва, які доступні за привабливою ціною. Власна торгова марка вже представлена у магазинах мережі Форa та доступна для замовлення через онлайн-магазин – shop.fora.ua. Ми прагнемо забезпечити найкраще співвідношення ціни та якості, щоб кожен Гість залишився задоволеним своїми покупками, тому створили ці товари.

Сьогодні ВТМ «Зірковий вибір» демонструє стрімкий асортиментний розвиток – у лінійці вже представлено понад 120 найменувань, компанія продовжує активно працювати над удосконаленням і розширенням продуктового ряду. А команда, яка працює над проектом, має амбітні цілі: збільшення асортименту та постійне підвищення якості товарів, адже це допоможе завоювати довіру Гостей до ВТМ.

Кожен продукт ВТМ «Зірковий вибір» проходить ретельний відбір по якості, щоб гарантувати найвищі стандарти. Відповідність їм підтверджена при проведенні аудиту виробництва і перевірці якісних показників у державних незалежних лабораторіях.

Наша мета – використання тільки найкращих інгредієнтів і матеріалів у виробництві своєї продукції на всіх етапах виробничого процесу – від відбору сировини, до пакування продуктів.

Побудовано чіткий алгоритм комунікації з Гостем, який передбачає роботу з різноманітними точками дотику щодо ВТМ як онлайн, так і офлайн. Уже зараз Гості отримують тематичні пропозиції через push-сповіщення та персональні пропозиції у мобільному застосунку Фора. Також, завдяки швидкому розвитку асортименту ВТМ «Зірковий вибір», команда працює над яскравішим представленням торгової марки в магазинах мережі – брендovanі торці, додаткові місця продажів і різноманітні POS-матеріали, які необхідні для просування товару (брендovanі підложки для цінників, рекламні воблери, стопери, підставки тощо).

Розширення асортименту товарами різних категорій із хорошими смаковими характеристиками та інгредієнтами поступово збільшує прихильність наших Гостей. Це дозволяє досягти поставлених цілей і зміцнювати імідж ВТМ «Зірковий вибір», забезпечуючи ринок якісними товарами за доступною ціною.

Наша торгова марка – це результат плідної роботи та прагнення здобути ще більше довіри від Гостей. Ми ставимо за мету не просто задовольнити очікування, але й перевищити їх.

Ми впевнені, що «Зірковий вибір» стане продуктом повсякденного вжитку багатьох Гостей мережі магазинів Фора. Ми зробили все можливе, щоб у максимально широкому асортименті знайшлося необхідне для кожного.

Останнім часом споживачі стали більш чутливими до цін, адже у 2023 році вартість стандартного споживчого кошика зросла на 36,6%. Це стимулює звертати більшу увагу на товари з нижчою ціною, ніж вартість товарів провідних брендів. Наш Гість зрозумів, що не готовий йти на компроміси щодо якості товару, але може купувати аналогічні продукти за доступною ціною під ВТМ. Адже артикули, які ми пропонуємо, виготовляються на виробничих потужностях провідних українських виробників, дотримуючись усіх стандартів якості, що змінює стереотип ставлення до ВТМ як до дешевого товару сумнівної якості!

Наша Команда наполегливо працює над запуском кожного продукту, аналізуючи потребу в кожній категорії, дотримуючись всіх вимог, щоб надати нашому Гостю найкращу пропозицію у виборі! Далі – більше! Чекаємо поповнення асортименту й нових успіхів разом із ВТМ «Зірковий вибір»!

Дякуємо всім, хто неупинно докладає зусиль для розвитку нашого проекту: Офісу зі стратегії розвитку, просування та клієнтського досвіду, Комерційно-логістичному офісу, Офісу з трансформації та іншим. Без вашої наполегливості та професіоналізму досягнення цілей було б неможливим!

Робімо «Зірковий вибір» разом!

ГОЛОВНА РУШІЙНА СИЛА ВПРОВАДЖЕННЯ ВТМ:



Начальник відділу розвитку ВТМ



Керівниця департаменту постачання товарів стелажної продукції



Менеджер з реклами та просування іміджу



Старша менеджерка з маркетингу

+100%
ДО НАСТРОЮ

ЯК МИ ПРИВЕЗЛИ DM ДО УКРАЇНИ



Фора стала першим офіційним постачальником б'юті продуктів німецької власної торгової марки DM в Україні.

З ЧОГО ВСЕ ПОЧИНАЛОСЯ?

Навесні 2023 року в команді імпорту виникла ідея налагодити співпрацю з топовими міжнародним ритейл-мережами та привезти їхні хітові продукти на полиці нашої Фори. Одним із таких було обрано німецькі магазини-дискаунтери DM. Перемовини тривали понад два місяці, довелося навіть поїхати до Карлсруе, у штаб-квартиру мережі, щоб переконати їх у доцільності та реальності проєкту, оскільки за словами Майї, керівника напрямку B2B DM, вони й гадки не мали, що так можна. По законах німецького ведення бізнесу договір ми підписували майже рік. Ще чотири місяці отримували сертифікації на продукцію. І ось нарешті ТМ Valea та Denkmіt можна офіційно купити у Форі. Над реалізацією проєкту працювала команда, кожен учасник якої, відповідаючи за свій напрям роботи, чітко розумів, куди ми рухаємося та навіщо. Від ідеї до впровадження пройшов рівно рік. Рік, коли ми не мали можливості нічим поділитися, бо була укладена угода про нерозголошення. Тільки уявіть хвилю емоцій, коли був підписаний контракт, завантажена перша фура та доставлена на наш РЦ. Це неймовірно яскравий феєрверк всередині, який потрібно було тримати й не виказувати зовні.



ЦІКАВІ ФАКТИ ПРО DROGERIE MARKT (DM):

- Мережа роздрібних магазинів зі штаб-квартирою в Карлсруе, Німеччина, що пропонує косметику, товари для здоров'я, товари для дому, здорову їжу та напої.
- DM має 79 700 співробітників у 4000 магазинах, у 12 країнах Європи.
- За обсягами продажів DM є найбільшою мережею в Німеччині.
- Команда DM підтримує різні благодійні програми та проєкти, спрямовані на допомогу дітям. Зокрема разом з фундацією Володимира Кличка #WeAreAllUkrainians допомагають українським сім'ям, які постраждали під час повномасштабного вторгнення.

- Компанія відома своєю пласкою ієрархічною структурою, високим рівнем соціальної відповідальності та якістю продукції.
- Добробут співробітників DM важливіший за прибуток компанії.

Окремо хочеться приділити увагу міжнародній мережі партнерів DM. Колеги зізнаються, що отримують безліч заявок на співпрацю, проте офіційно співпрацюють тільки з Південною Кореєю та Україною, яку з гордістю представляє Фора. Ми – єдина мережа на території України, яка офіційно співпрацює з колегами в Німеччині та має право імпортувати дану продукцію. Наша перевага в цінах та асортименті. Фора – трендсетер (той, хто створює новий тренд).

А ЩО ЗАРАЗ?

Наразі DM представлена на полицках наших магазинів із такими брендами, як Balea (б'юті товари) та Denkmit (засоби для підтримки чистоти та свіжості в домі). Портфель брендів нараховує 29 одиниць продукції, серед яких є крем-гелі для душу, дезодоранти, шампуні, креми для рук, а також засоби для прання та миття посуду.

Продукція ТМ Balea повною мірою представлена у Форі з березня та за цей період визначилися лідери продажів:



Також була проведена успішна та надзвичайно яскрава промокампанія, яка дозволила Гостям нашої мережі побачити головні новинки, а СУПЕРФОРІВЦЯМ – отримати виняткові фінансові результати – позитивний тренд зростання продажів кожного місяця. ТМ Balea та ТМ Denkmit займають долю в 11,31% від усього імпорту в категорії непродовольчих товарів.

НА ЩО ЧЕКАТИ В МАЙБУТНЬОМУ?

Звичайно, команда СУПЕРФОРІВЦІВ не планує зупинитися на досягнутому. З наступним постачанням ми очікуємо нові б'юті-новинки: зволожувальні маски для обличчя, бальзами для губ та креми для рук.

Мережа Drogerie Markt має величезну кількість власних брендів у таких категоріях, як:

- Преміальні лінійки косметики та догляду за шкірою.
- Продукти для дому та побуту.
- Спортивне харчування.
- Продукти для здоров'я.
- Товари для мами та дитини.
- Корми для тварин.

Тож ми готуємося до захопливих спільних подій з колегами з Німеччини, а також чекаємо незабаром на продукцію, яка популярна в українському TikTok.

Лишайтеся на зв'язку!

фора dm

НІМЕЦЬКА ЯКІСТЬ – ДОСТУПНА ЦІНА!

ЕКСКЛЮЗИВНО У ФОРІ

Balea CREMESEIFE MILCH & HONIG
Balea MEN FRESH SHAMPOO
Balea HANDCREME OLIVE

фора Denk mit

ПОБУТОВА ХІМІЯ З НІМЕЧЧИНИ – ВЖЕ У ПРОДАЖУ!

ОФІЦІЙНО У ФОРІ

ІМПОРТ У ФОРІ

Denk mit
Denk mit
Denk mit



фора Cafe:

НОВІ ПРОСТОРИ МЕРЕЖІ

Піца від Фори за кілька років стала найулюбленішою піцою Гостей серед усіх ритейлерів. Цей успіх надихає робити більше та вдосконалювати смаки наших страв. Настав час об'єднати всю готову їжу від Фори під єдиним брендом – «ФораСafe». Це простір з готовою їжею в окремих магазинах Фора, яка має спільну айдентику та пропонує Гостю якісну, смачну їжу, яка може стати швидким перекусом, повноцінним сніданком, обідом або вечерєю для всієї родини.



Старша менеджерка з маркетингу

Нам необхідно було попікнутися не лише про зовнішнього Гостя, а й про СУПЕРФОРІВЦІВ, які безпосередньо надаватимуть сервіс від «ФораСafe». З метою створення кулінарних страв власного виробництва ми побудували максимально зручну для використання виробничу зону, з усім необхідним обладнанням. Додатково, спільно з командами Операційного та Комерційно-логістичного офісів, ми опрацьовуємо перехід на заморожену тістову заготовку, а також підсилюємо продажі піци допікання з теплової шафи в топових філіалах мережі.



Директорка з виробництва

У «ФораСafe» можна знайти: піцу, хот-доги, бургери, гриль, нагетси, картоплю фрі, сендвічі, салати, випічку та запашну каву. Асортимент формується залежно від формату магазину Фора, в якому буде простір. Піклуючись про Гостя, ми додали таку зону перекусу до всіх великих магазинів нашої мережі та до магазинів формату «Фора Експрес». Проте асортимент від «ФораСafe» можна купувати не лише офлайн, але й через онлайн-замовлення.

Нині розпочався процес впровадження айдентики «ФораСafe». Незабаром ми побачимо нові та стильні локації, які познайомлять Гостей із цим брендом. Над розробкою креативної концепції для «ФораСafe» та її айдентикую ми працювали разом із креативною агенцією Taktika. Ми хочемо, щоб «ФораСafe» стало справжнім Lovemark* брендом для всіх Гостей і СУПЕРФОРІВЦІВ.

До команди, яка вже зараз створює бренд, що залишатиме приємний слід у серці кожного, входять. Бажаємо процвітання та крутих показників!

***Lovemark** – це образ бренду, створений для емоційного зв'язку з користувачами. Високий ступінь лояльності клієнтів призводить до зростання продажів.

ПІЦЦА
ТАМ

ФОРА ВПРОВАДЖУЄ ЕЛЕКТРОННУ ЧЕРГУ

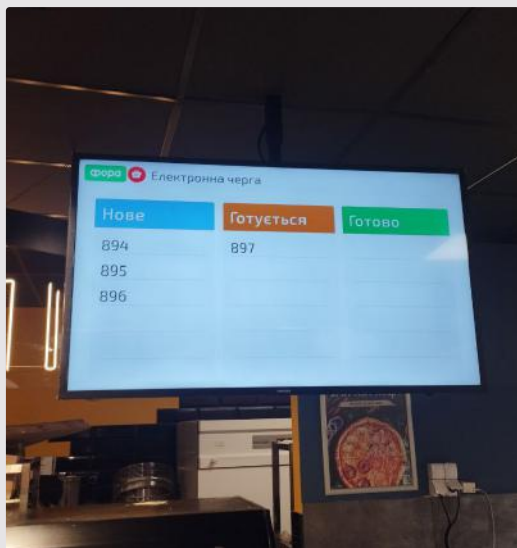


У квітні ми запустили перший пілотний проект електронної черги для «ФораSafe» за допомогою підрядної організації в м. Київ, на Гостомельському шосе, 1. Але вирішили піти далі й розробити власне рішення, тож вже в липні відбулася довгоочікувана подія – пілот власної розробки в Києві на філіалах по вулиці Чавдар, 32 та пр-т Оболонському, 26.

ЯК ЦЕ ПРАЦЮЄ?

Інтуїтивно зрозумілий інтерфейс дозволяє Гостю передивитись меню та зробити замовлення. Система, за можливості, нагадає про добавки до піци, зверне увагу на акції, що тривають, прийме замовлення, присвоїть йому персональний номер, обов'язково побажає смачного, запросить повертатися ще та виведе на великий екран статус замовлення («Готується», «Готове» чи «Видано»). Кілька хвилин – і все що ви хотіли вже у ваших руках!

Для гостя це можливість не стояти в очікуванні замовлення «під віконечком», а продовжувати здійснювати покупки у Форі. Також тепер не треба придивлятися до меню на папірці. А ще це пряме піклування про нашого «невидимого» Гостя, який робить онлайн-замовлення. Він отримує такий же рівень сервісу, як і у фізичному магазині!



Для Фори це системність, спрощення процесу, можливість не відволікатися на фізичний контакт, робити якісніше, більше, уникнути плутанини в замовленнях та їхній черговості. Це уникання записників і папірців, поєднання онлайн- й офлайн-замовлення без похибок і конфліктних ситуацій, та багато іншого, що лишається поза очима Гостя.



Менеджер проєктів з організації технологічних процесів

Електронна черга – це ще й про зростання прибутків. Наприклад, після її появи, додаткових начинок для піци було замовлено на 5% більше, ніж за аналогічний період без нашої новинки. Звісно, говорити про результати зарано, але вірю й знаю, що вони будуть і будуть вагомими!

Нічого б не мало успіху без потужної команди пілоту. Тому дякуємо Операціоному офісу та департаменту інформаційних технологій. А також команді філіалів, що тестують пілот.

**Крокуємо разом у спільне майбутнє,
сповнене комфортом і цифровізацією!**

ЗБИРАЙ, ЯК ДЛЯ СЕБЕ

Програма навчання для СУПЕРФОРІВЦІВ

Коли Гості зважуються на замовлення товару онлайн, вони дають нам кредит довіри, знехтувати яким СУПЕРФОРІВЦІ не можуть. Тому, задля підтримки фокуса бізнесу на сервісі для Гостя, в червні 2024 року була запущена програма «Збирай, як для себе».

Станом на кінець липня, за 2024 рік нам вдалося зібрати 396 159 замовлень та доставити 166 490 власними силами. Нам потрібно фокусуватися на кожному замовленні, щоб утримати Гостей, і в цьому нам допоможе нова програма. Вона розрахована на всіх учасників, які допомагають у розвитку електронної комерції та вдосконалюють послуги «Доставка», «Самовивіз» і роботу з партнером GLOVO. Учасниками програми стали: адміністративний персонал філіалів, комплектувальники, кур'єри та оператори.

Головною ціллю програми є ефективне навчання співробітників для задоволення потреб Гостя у здійсненні покупки онлайн та отриманні якісних продуктів вчасно – в магазині чи доставкою до дверей.

ОСНОВНІ ФОКУСИ ПРОГРАМИ СПРЯМОВАНІ НА:

- вчасність доставки;
- дбайливе збирання замовлень;
- чемні та привітні СУПЕРФОРІВЦІ;
- швидке рішення проблемних ситуацій.

ПРОГРАМА ДІЛИТЬСЯ НА ДЕКІЛЬКА ЕТАПІВ:

- теоретична частина;
- інтерактив;
- перевірка знань шляхом тестування;
- щомісячний рейтинг працівників;
- зміна мотивації.

Навчання проходить на постійній основі – раз на 3 місяці. До проведення тренінгів ми залучаємо суміжні Офіси. Кожен підготував частину навчання по своєму напрямку та підсвітив для колег основні аспекти, яких необхідно дотримуватися для того, щоб зробити нашого Гостя щасливим.

Зараз ми щоденно аналізуємо CSAT та основні категорії, за які Гість ставить оцінки: асортимент, терміни, пакування, якість і спілкування.

Наприклад, за вказаними категоріями на початку року ми мали середній показник 87%, а на зараз результат складає 92%. Також CSAT на початку року складав 87%, а тепер становить 91%. Це і є основні показники ефективності програми, на які ми орієнтуємося при проведенні навчань та, відповідно до них, вносимо коригування.

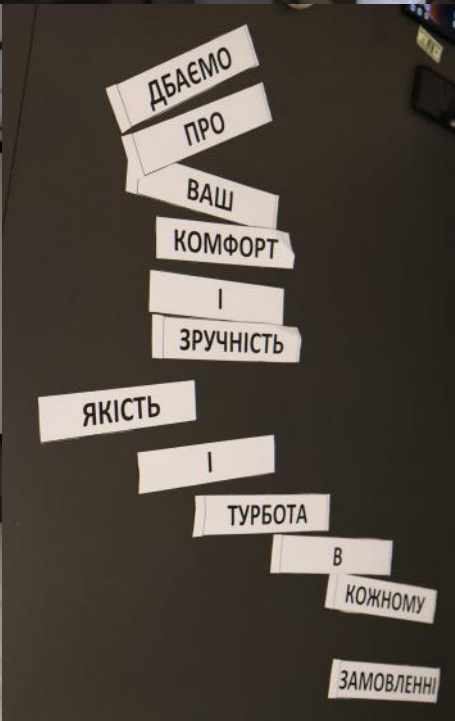
За допомогою даної програми ми зможемо утримувати Гостей та залучати їх до більшої кількості покупок. І тим самим збільшувати товарообіг та показник EBITDA!



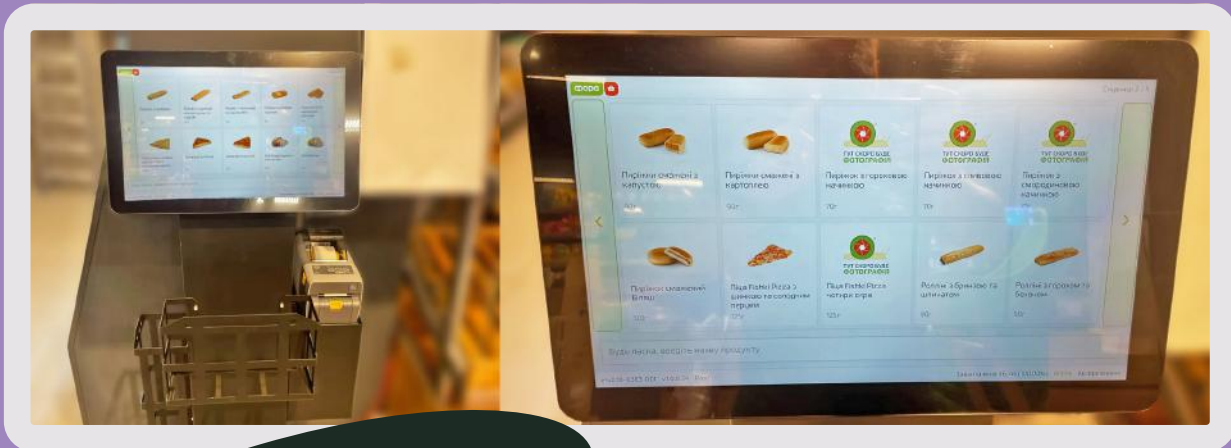
Керівниця департаменту електронної комерції

Я впевнена, що «Збирай, як для себе» допоможе забезпечити Гостей найкращим сервісом і зробити E-com Фори легендарним! Дякую всім учасникам і суміжним Офісам за активність, цікаві кейси та вдосконалення. А всім СУПЕРФОРІВЦЯМ рекомендую спробувати послугу доставки. Чекаю на ваш фідбек і бажаю мирного неба у мирній країні!

Розвиваємо електронну комерцію разом!



СУПЕРЕТИКЕТНИК ДЛЯ МАГАЗИНІВ



ІННОВАЦІЙНІСТЬ



Команда фахівців IT-департаменту в напрямку Research and development (R&D) у квітні випустила першу версію власного програмного забезпечення для етикетника на заміну старому рішенням від холдингу.

Для того, щоб Гості могли з більшим комфортом отримати досвід самообслуговування в магазинах Фори, ми поставили ціль в короткі терміни розробити власне рішення для етикетника – пристрою, що використовується для друку етикеток на випічку та інший неваговий товар. Для подібних викликів у підрозділі IT є команда R&D, яка має досвід створення сміливих експериментальних продуктів. Після комунікації з Операційним офісом та вмотивованими IT-вцями, була узгоджена концепція, визначені мінімальні вимоги та обране обладнання для майбутнього продукту.

У результаті, менше ніж за місяць був створений новий етикетник, який із початку квітня поточного року успішно функціонує в пілотному варіанті в усіх нових філіях Фори. Після проведення тестування обладнання для етикетника, проєкт буде масштабовано на всю мережу!



Заступник керівника IT-департаменту

Висловлюю подяку неймовірної емоційності команді R&D! Зокрема, її лідеру. А також колегам із технічної підтримки, які були нашими віддаленими помічниками, та магазинам, які брали участь у тестуванні!

Поліпшуємо якість життя Гостей та СУПЕРФОРІВЦІВ, втілюючи інноваційні цифрові рішення, зберігаючи при цьому прибутковість бізнесу!

ПРИГОДИ СОЛОВ'ЯНОГО МЕДІАКОНТЕНТУ

+100%
ДО НАСТРОЮ



Департамент торгового маркетингу, спільними зусиллями разом із департаментом інформаційних технологій, 1 травня запустили систему розміщення медіаконтенту при підтримці та супроводженні компанії «Соловейко. Медіа», яка автоматично налаштовує медіапотік, здійснює цілодобовий моніторинг і надає детальну статистику. Це дозволяє ефективніше керувати аудіо- та відеоконтентом, залучати партнерів та надавати Гостям корисну інформацію.



ВІДТЕПЕР НАША МЕРЕЖА МАЄ:

- єдину систему управління для аудіо/відео.
- медіапотік (музика та реклама), який налаштовується автоматично на потрібні сегменти у два-три кліки;
- моніторинг відтворення 24/7;
- детальну (до мілісекунди) статистику відтворення;
- можливість задати точний час відтворення файлу;
- можливість задавати «хвилину мовчання»;
- можливість відтворити повітряну тривогу.

Відділ торгового маркетингу приймає заявки від партнерів та колег на розміщення аудіоконтенту, згідно з нашим калькулятором. Для зручності партнерів, відділ аналізу та забезпечення персоналізації покупців створив універсальний медіакалькулятор, завдяки якому можна подати заявку на розміщення контенту.

КОНТЕНТ, ЩО ТРАНСЛЮЄТЬСЯ:

- Лайк ціна
- Тематичні акції
- Ролики про новинки продукції
- Ролики постачальників і зовнішніх партнерів
- Іміджеві ролики

СЕРВІСИ СПОВІЩЕНЬ:

- Виклик касира у випадку черги на касі
- Сповіщення про замовлення на shop.fora.ua
- Хвилину мовчання
- Сповіщення про повітряну тривогу

Завдячуючи переходу на систему керування медіаконтентом, у нас з'явилася можливість продавати зовнішнім партнерам ефірний час у мережі. Тому запрошуємо всіх СУПЕРФОРІВЦІВ залучати контрагентів до співпраці з Форою!

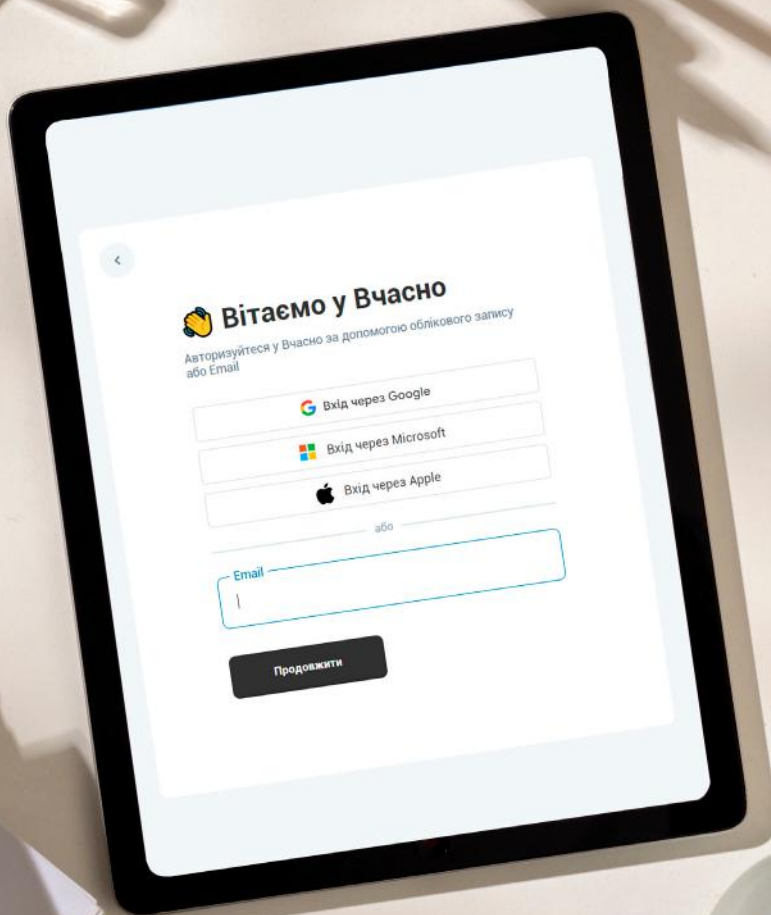


Начальниця відділу торгового маркетингу

Станом на сьогодні система керування аудіо вже працює на всіх магазинах Фори формату Convenience та Express. Підключення до To go вже на підході! Ми можемо активно продавати ефірний час зовнішнім партнерам, за що велика подяка всім відділам, департаментам та Офісам, у яких назва «Соловейко.Медіа» вже викликає усмішку та сіпання ока. Який би важкий шлях не був, ми зробили цей проєкт легендарним!

ЕЛЕКТРОННИЙ ДОКУМЕНТООБІГ

Фора перевела в електронний формат понад
100 000 документів за рік!





Головна бухгалтерка

Раніше у Форі коридори були завалені мішками з документами. До впровадження електронного документообігу альтернатив не було, тому ми роками працювали з паперами від партнерів, а гігантські стоси документів були всюди в офісі на вул. Бутлерова. Паперові архіви й досі наводять жах на співробітників. Через велику географію покриття нашої мережі, наявність магазинів у райцентрах, селах, логістика документів – це великий виклик.



Кожні три місяці, коли ми вивозили документи в архів, наші коридори були завалені мішками. Тож з 2019 року ми наважились на впровадження ЕДО (електронний документообіг).

Спершу з електронними документами працювало лише два департаменти. А коли почалася пандемія, то працювати у «Вчасно» погодилися всі. Нам пощастило, що ми вже були готові до віддаленої роботи, мали цей досвід і налаштовані архіви. Тоді поставили за мету перевести 75% документів за рік в електронний формат, результат – 72%. І цей високий показник нас задовольнив.

Спочатку був невеликий спротив щодо відмови від паперів. Деякі співробітники та партнери сприйняли нововведення без особливого ентузіазму. Але вагомими аргументами спочатку стала пандемія COVID-19, а пізніше – повномасштабне вторгнення. Якщо партнери вмотивовані швидше отримати гроші чи послуги, то електронний документообіг – ефективний інструмент, який цьому сприяє. Тому бажання – це головне в процесі переконання як співробітників, так і партнерів.

З початком повномасштабного вторгнення, відчутно зростала кількість договорів і контрактів, які ми підписували в електронному виді. Саме це дозволило працювати з партнерами, які перебували в різних локаціях. Зараз у папері залишилися лише документи з тими контрагентами, яким все ще складно впровадити ЕДО – комунальні підприємства та ЖЕКи. Багато наших магазинів знаходяться в невеликих містечках та селах, де постачальники комунальних послуг для магазинів майже не працюють в ЕДО.

ЯКІ ВИГОДИ МИ ОТРИМАЛИ

1. Проходити перевірки стало простіше. Ми велика компанія, тож зобов'язані щороку проходити аудит. У нас постійно запитують документи на перевірку, і тепер для їхнього пошуку нам не треба їздити в архів.
2. Швидкість. Як правило, підписання договору затримує початок партнерства. І якщо візування та підписання паперового договору займає тиждень, то в електронному форматі це можна зробити за день.
3. Збереження інформації. В умовах війни, систематичних атак і обстрілів, папір – ненадійне джерело зберігання документів.
4. Мінімізація помилок. У договорах помилка в цифрах та формулюваннях може дорого обходитися бізнесу. В електронному ж виді такі помилки робляться рідше, бо є авто виправлення, можливість внести правки та оперативно перезавантажити документ.

Ми вже перевели в ЕДО 73% документів і продовжуємо рухатися в цьому напрямку.

Цифровізація штовхає бізнес вперед, дозволяє працювати ефективніше та заробляти більше!

ZERO-BASED BUDGETING

Шлях до мінімізації ресурсів

Ми проаналізували затрати на витратні та інші матеріали й виявили, що по цьому показнику маємо великі витрати бюджету, при цьому спостерігається накопичення витратних матеріалів у магазинах. Саме тому ми поставили собі ціль – визначити, скільки витратних та інших матеріалів потрібно магазинам для проведення операційної діяльності та розробити інструмент, який розраховуватиме саме ту кількість, яка необхідна певним філіалам.

За основу ми взяли концепцію моделі ZBB (Zero-based budgeting) – бюджетування з нульовою базою. Метод, при якому фактичне значення бюджетів попередніх періодів не беруться до уваги. Основою для фінансового планування в цьому випадку стають прогнози продажів, технологічні нормативи затрат й економічні розрахунки. В загальному випадку метод дає більш точний результат у порівнянні з традиційним підходом.

Ми почали з чотирьох артикулів, які були відібрані відповідно до пріоритетів витрат на їхню закупівлю. Для розробки формул нормування ми виїжджали на філіали, аналізували фактори, які впливали на їхнє використання, спілкувалися з адміністрацією магазинів. На основі зібраної інформації ми розробили інструмент нормування, який враховує всі ці фактори й рахує потребу під індивідуальні показники кожного магазину з урахуванням прогнозів товарообігу на щомісячній основі. Наступним етапом був запуск пілоту, де ми перераховували та ставили на облік надлишкові витратні матеріали, контролювали їхнє використання й порівнювали з розрахованою нормою. Пілотний проект був успішним, що дозволило масштабувати цей підхід на всю мережу.

До цього часу ми не зупиняємось, і вже масштабували нормування 66 артикулів витратних матеріалів, що складає 69% від їхньої загальної кількості. До кінця року в нас не залишиться витратних матеріалів, які не будуть покриті нормуванням.

Задля зменшення накопичень матеріалів у магазинах і вивільнення складських приміщень, ми зробили їхнє списання щотижневим. **Нормування дало змогу зменшити запас полиці по масштабованим артикулам на 27%.** Ми не зупиняємось на витратних матеріалах та плануємо покрити нормуванням всі матеріали, які використовуються на наших магазинах. Крім цього плануємо розробити автоматичний інструмент з управління витратними матеріалами та автоматизувати процес їхнього списання в магазинах, що дозволить оптимізувати процес замовлення, пошуку та відбору, що підвищить продуктивність процесу в цілому.



Менеджер з інноваційних проєктів

Хочу подякувати представникам Операційного, Фінансового та Комерційно-логістичного офісів, а також Службі охорони за їхній внесок та допомогу в розвитку проєкту. Разом ми робимо Фору ефективнішою!

ІТ-ІНІЦІАТИВИ ФОРИ: ПРОСТОТА ТА ПРОЗОРИСТЬ

У лютому департамент інформаційних технологій запустив єдиний канал приймання та обробки ІТ-ініціатив через Центр підтримки.

Усі працівники Фори отримали можливість просто та швидко надіслати ІТ-ініціативу (запит) на:

- додавання нових функцій в наявні програми, щоб спростити щоденну роботу;
- впровадження чи розробку нових програм;
- автоматизацію сервісів для наших Гостей та СУПЕРФОРІВЦІВ;
- запуск попередньо пропрацьованого проєкту за участі команди ІТ.

Кожна ініціатива проходить необхідні етапи погодження та валідацію профільними службами, оцінюється на Архітектурному комітеті та ставиться в роботу командам ІТ-вців.



Всі етапи життєвого циклу ініціатив абсолютно прозорі для замовників і зацікавлених сторін, та доступні на порталі Jira. За допомогою стрічки коментарів є можливість прокомунікувати з будь-яким учасником процесу, уточнити статус, отримати інформацію, додати вкладення тощо.



Заступник керівника ІТ-департаменту

За результатами першого півріччя роботи інструменту, варто відзначити великий апетит бізнесу Фори до інновацій і, як наслідок, активність та високе залучення працівників усіх ланок у генерацію та реалізацію ІТ-ініціатив.

З моменту запуску інструменту замовниками розміщено понад 100 різноманітних ІТ-ініціатив. Серед них:

- ПЗ «Заявка на пошук персоналу» для Офісу з персоналу;
- Контроль здачі вторсировини для Операційного офісу;
- Фіскальний чек через Телеграм-бот для Офісу з трансформації.

Вже реалізовано 40% від усіх запитів, 30% перебувають в роботі, а ще 30% – на погодженні.

Відтепер цифровізувати бізнес функції для СУПЕРФОРІВЦІВ стало ще простіше. Нумо робити це разом!

ФОРА ЗАВЕЗЛА ЛІТО

фора





РИЗИКОВЕ СТРАХУВАННЯ ЖИТТЯ

Твоя опора у найскрутніших випадках

Ризикове страхування життя (РСЖ) – програма страхування, що надає грошові виплати в разі настання страхового випадку, такого як: критичне захворювання, встановлення інвалідності, втрата життя та травматичні ушкодження через нещасний випадок.

РСЖ ДОПОМАГАЄ:



Захистити у разі настання нещасних випадків, чи виявленні тяжких захворювань, що загрожують життю чи здоров'ю



Отримати фінансову допомогу на лікування та підтримати родину у складних обставинах



Подолати життєві та матеріальні труднощі, спричинені хворобою чи нещасним випадком



Швидко та зручно отримати допомогу

Командою відділу пільг департаменту компенсацій та стимулювання впроваджено ризикове страхування життя серед співробітників мережі, оскільки їхня робота пов'язана з підвищеним ризиком. Концепція передбачає щомісячне розширення списку застрахованих осіб залежно від стажу роботи в компанії. Уже в березні 2024 року наш партнер, страхова компанія «PZU Україна», прийняв на страхування першу хвилю застрахованих співробітників – працівників, які пройшли найдовший шлях разом із Форою. У серпні планується долучити до програми співробітників, які в нашій команді вже 2 роки.

РИЗИКИ ТА ВИПЛАТИ, ЯКІ ПЕРЕДБАЧЕНІ ДОГОВОРОМ:

- Травматичні ушкодження та/або функціональні розлади в результаті нещасного випадку – до 50 000 грн.
- Критичні захворювання – до 100 000 грн.
- Інвалідність I-III групи, внаслідок хвороби або нещасного випадку – до 100 000 грн.
- Смерть – до 50 000 грн
- Смерть внаслідок ДТП – додатково до 20 000 грн

ПОСАДИ, ЯКІ СТРАХУЄМО ЗА РСЖ:

- Адміністративний персонал (керуючі, їхні заступники, адміністратори)
- Польовий персонал (усі посади)
- Ліга кращих (усі посади)
- Розподільчі центри (усі польові посади, які не мають ДМС)
- Мобілізовані (співробітники на строковій службі та контрактники ТрО)

Ми вже маємо перші звернення до страхової компанії щодо страхових випадків, а це свідчить про необхідність даного піклування. Нам важливо створювати умови, за яких СУПЕРФОРІВЦІ будуть почувати себе більш захищеними та відчувати підтримку у важкий для них час. Сподіваємося, що нещасні випадки обходитимуть стороною, проте краще мати більше впевненості в завтрашньому дні.

Дякуємо всім колегам, які були дотичні до запуску та впровадження ініціативи, займаються консультуванням працівників щодо переваг РСЖ та його наповнення. **Тільки спільними зусиллями ми зможемо надати нашим працівникам максимальне піклування!**



ЗНАЙОМСЯ З НОВИМИ КОМПЕТЕНЦІЯМИ!

Нові реалії нашого життя ставлять нові виклики перед бізнесом – ми оперативно адаптуємося, коригуємо стратегію і визначаємо нові цілі!

Згадайте, нещодавно ми оновили візію, місію та цінності. Прийшов час оновити й корпоративні компетенції!

Компетенція – модель поведінки, необхідна для продуктивної діяльності співробітника. Корпоративні компетенції допомагають досягати поставлених цілей і розвиватися. Це те, як ми надаємо сервіс Гостям та одне одному, будуюмо відносини в команді, підвищуємо продуктивність та вносимо щось нове в роботу.

НОВІ КОМПЕТЕНЦІЇ



Орієнтація на Гостя – прояв сервісності високого рівня у взаємодії з Гостями (внутрішніми та зовнішніми).



Орієнтація на співпрацю – побудова екологічних відносин на основі відкритості, довіри та надійності.



Орієнтація на результат – демонстрація високої продуктивності та досягнення поставлених цілей, дотримуючись балансу робота-дім.



Орієнтація на інновації – здатність створювати, підтримувати та втілювати інноваційні рішення задля сталого розвитку бізнесу.

Для кожного з нас важливо проявляти компетенції на найвищому рівні, бо ми та компанія, яка поліпшує якість життя Гостей та СУПЕРФОРІВЦІВ, втілюючи інноваційні цифрові рішення, зберігаючи при цьому прибутковість бізнесу.

НАВЧАННЯ В HUB ДЛЯ СУПЕРФОРІВЦІВ

У 2023 році, після успішного пілота навчання польового персоналу в iHUB, в рамках потреб бізнесу, було прийнято рішення спростити процес навчання та стажування співробітників мережі. Так народилася ініціатива iHUB приєднати до HUB та масштабувати супровід навчання адміністративного та польового персоналу магазинів за участі менеджерів з навчання.

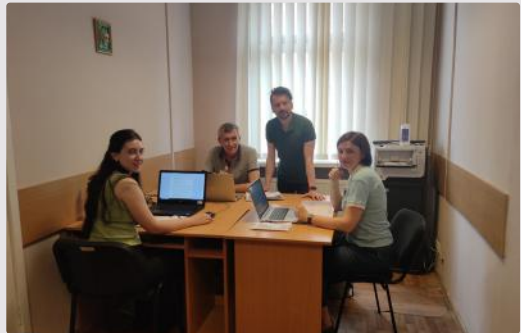
А ЩО Ж ТАКЕ HUB?

HUB – магазин-навчальний центр, у якому присутні всі операційні процеси та який виконує стандарти обслуговування Гостей на високому рівні. Ціль такого центру – підвищення якості стажування, вдосконалення процесу адаптації співробітників та зменшення плинності персоналу в мережі. Наша задача – створити комфорт новачку, а навчання – цікавим і корисним. Саме в HUB навчаються та народжуються наші зірочки – СУПЕРФОРІВЦІ, які щоденно виконують важливу місію, а саме: забезпечують економічну та фізичну доступність продуктів харчування. Наразі в HUB проходять стажування співробітники з 236 магазинів мережі, і ця кількість щомісяця збільшується. З березня 2024 року менеджери з навчання вже супроводили 369 нових співробітників магазинів, з них вчасно завершили програми стажування – 97% і ми пишаємося таким крутим результатом.

ВЖЕ ВІДКРИТО 10 НАВЧАЛЬНИХ ЦЕНТРІВ:

- м. Київ, вул. Ак. Доброхотова, 11
- м. Київ, вул. Волинська, 9-Б
- м. Київ, б-р Верховної Ради, 17
- м. Київ, вул. Миропільська, 11
- м. Київ, вул. І. Бекешкіної, 12
- м. Київ, б-р Л. Українки, 28
- м. Київ, б-р Гавела Вацлава, 45
- м. Київ, вул. Бальзака, 42/40
- м. Боярка, пл. Михайлівська, 6
- с-ще Гостомель, вул. Рекунова, 1

Ми не зупиняємося на досягнутому та плануємо відкривати нові центри!



ОСНОВНІ ПЕРЕВАГИ НАВЧАННЯ В HUB:

- 100% навчених співробітників, 100% своєчасного стажування;
- індивідуальний підхід до організації навчання кожного стажиста та фокус уваги на зони розвитку;
- отримання максимуму уваги від ментора, отже, можливість за менший проміжок часу засвоїти більший обсяг знань;
- корисні поради та лайфхаки від професіоналів.

Висловлюємо подяку за підтримку ініціативи та допомогу директорці з персоналу та директорці з операційної діяльності. За залученість – операційним кураторам і керуючим магазинів. За якісну підготовку професійних СУПЕРФОРІВЦІВ – менеджерам з навчання та всім причетним до навчальних центрів HUB.

ЩО, НА ВАШУ ДУМКУ, НАВЧАННЯ В HUB ДАЄ НОВАЧКУ?

Діляться менеджери з навчання.



Ганна

Первинна підготовка відіграє вирішальну роль в адаптації нових співробітників у компанії. Навчання в HUB – це знайомство з корпоративною культурою, основними процесами, стандартами та інструментами роботи, а також забезпечення плавного старту у професійній діяльності на початкових етапах, завдяки супроводу менеджера з навчання. Це дає новачкам розуміння, де доведеться працювати, яким чином, які обов'язки на робочому місці. Саме тут народжуються зірочки!



Ірина

Навчання в HUB дає новачкам міцну базу – це і є той фундамент, на якому далі вибудовуються практичні навички, здобуті в магазинах. Стажисти в HUB отримують розуміння, як працює мережа, згідно з якими стандартами, знайомляться з місією та цінностями нашої компанії, і вже спільно з колегами напрацьовують практику та досвід справжніх фахівців своєї справи.



Наталія

Сприятливі та комфортні умови (робоче місце, технічні засоби) для вивчення навчальних матеріалів. Поруч ментор, який завжди дасть відповіді на питання, покаже та наведе приклади.



Валерій

Навчання в HUB дає можливість для новачків розбирати матеріал до повного розуміння процесу. Супровід ментора дає відчуття впевненості та відсутність страху зробити помилку. Це можливість повністю зануритися в процес і зрозуміти тонкощі роботи та кінцевий продукт.

ЧЕМПІОНАТ МАГАЗИНІВ

Щоб успішно функціонувати та бути конкурентоспроможним, бізнесу важливо пристосовуватися до зовнішніх умов існування, задовольняючи потреби усіх співробітників і Гостей. Аби підтримати, надихнути та подякувати СУПЕРФОРІВЦЯМ із магазинів за титанічну роботу та водночас надати найкращий сервіс для Гостей, ми запустили програму нематеріальної мотивації «Чемпіонат магазинів». Ціль програми – спрямувати колективи на ефективну роботу та покращити показники мережі. Програма стартувала у I кварталі 2024 року. Понад 310 магазинів мережі прийняли виклик, зарядилися ентузіазмом і вийшли на «спортивне поле», аби змагатися за лідерство.

Усім учасникам ми створили рівні умови для перемоги, тому філіали мережі поділені на 17 збірних, відповідно до формату та товарообігу за 2023 рік. Щоб визначити проміжних фіналістів 2024 року, діяльність магазинів оцінюється з 4-ма KPI: CSAT, товарообіг, плинність персоналу та доступність продажів. Лише для магазинів Форіа To Go впроваджено 3 KPI: товарообіг, доступність продажів і втрати. Таким чином щокварталу вся спільнота СУПЕРФОРІВЦІВ вітатас 17 команд-чемпіонів і дякує їм за продуктивну роботу. В якості подарунку, переможцям кварталу нараховуються бали на картки лояльності та вручається диплом, що назавжди залишиться розміщеним у торговельному залі.

МАГАЗИНИ-ЧЕМПІОНИ I КВАРТАЛУ 2024 РОКУ



ЗБІРНА	КОМАНДА	БАЛИ
№ 1	№442 м. Бровари, вул. Чорновола, 6	187
№ 2	№90 м. Київ, вул. Кубанської України, 47	301
№ 3	№14 м. Київ, вул. Миропільська, 19	309
№ 4	№79 м. Вишневе, вул. Освіти, 2	301
№ 5	№233 м. Яготин, вул. Незалежності, 130	288
№ 6	№156 м. Бахмач, вул. Ярослава Мудрого, 24	314
№ 7	№197 м. Бориспіль, вул. Київський шлях, 90	303
№ 8	№215 м. Київ, вул. Ак. Корольова, 8	301
№ 9	№136 м. Миронівка, вул. Бузницького, 1	301
№ 10	№100 м. Борзна, вул. Шевченко, 16	308
№ 11	№179 смт Козелець, вул. Соборності, 53/1	318
№ 12	№83 м. Київ, вул. Солом'янська, 40/4	313
№ 13	№333 м. Ірпінь, вул. Ново-Оскольська, 2П	282
№ 14	№358 с. Новосілки, вул. Приміська, 26	272
№ 15	№114 м. Українка, вул. Юності, 3	307
№ 16	№330 с. Лютіж, вул. Визволителів, 56А	288
№ 17	№393 с. П. Борщагівка, вул. Княгині Ольги, 67	307

РЕЙТИНГ

МАГАЗИНИ-ЧЕМПІОНИ II КВАРТАЛУ 2024 РОКУ



ЗБІРНА	КОМАНДА	БАЛИ
№ 1	№ 431, м. Київ, пр-т Лісовий, 15	165
№ 2	№ 90, м. Київ, вул. Кубанської України, 47	288
№ 3	№ 283, м. Буча, вул. Склозаводська, 10-Б	258
№ 4	№ 270, м. Київ, вул. Вереснева, 24	284
№ 5	№ 142, м. Бердичів, пл. Привокзальна, 1-А	309
№ 6	№ 106, м. Київ, вул. Заболотного, 48-А	218
№ 7	№ 220, урочище Млиново, вул. Олександрівська, 22	262
№ 8	№ 285, м. Київ, вул. Єфремова, 8-А	277
№ 9	№ 67, м. Київ, вул. Василенка, 19	304
№ 10	№ 331, с. Віта-Поштова, вул. Боярська, 4-Б	267
№ 11	№ 183, м. Київ, вул. Бальзака, 94	290
№ 12	№ 83, м. Київ, вул. Солом'янська, 40/4	313
№ 13	№ 120, м. Київ, вул. Берлінського, 14	285
№ 14	№ 358, с. Новосілки, вул. Приміська, 26	269
№ 15	№ 257, м. Київ, вул. Білецького, 3	259
№ 16	№ 402, м. Київ, вул. Юнкерова, 92-А	280
№ 17	№ 327, с. Хотянівка, вул. Валова, 2-В	280

РЕЙТИНГ

ЧЕМПІОНАТ КЕРІВНИКІВ

Запорукою успішної роботи команди є керівник, який надихає, власним прикладом ставить амбітні цілі та впевнено йде до їхнього досягнення.

Чемпіонати для керівників було створено, аби підсилити мотивацію кураторів вдосконалювати свій професіоналізм і працювати надпродуктивно, демонструючи високі результати бізнесу.

Керівник-чемпіон з операційної діяльності – найпродуктивніший керівник групи магазинів, який успішно долає всі виклики своєї посади, допомагає удосконалювати операційні процеси в магазинах, має найкращу ефективність у виконанні KPI. Щоб оцінити результати роботи керівників групи магазинів, ми опираємося на такі KPI, як: доступність продажів, товарообіг, черги, цінники, комплектація об'єктів і плинність персоналу.

КЕРІВНИЦЕЮ-ЧЕМПІОНКОЮ З ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І КВАРТАЛУ 2024 РОКУ СТАЛА АЛІНА



Лідерка приєдналася до команди СУПЕРФОРІВЦІВ 16 липня 2014 року. Для 33 магазинів 1-го кварталу 2024 року колега була наставницею успішних продажів та злагодженої командної роботи. Протягом 1-го кварталу 2024 року Аліна здобула 6,67 бала. У кущі керівниці є команда, що здобула першість у Чемпіонаті магазинів, у 1-му кварталі 2024 року: філіал №90, м. Київ, вул. Кубанської України, 47.

КЕРІВНИКОМ-ЧЕМПІОНОМ З ОПЕРАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ІІ КВАРТАЛУ 2024 РОКУ СТАВ ВАДИМ



Вадим розпочав співпрацю з Форою 5 грудня 2023 року. У 2-му кварталі 2024 року лідеру, разом із 30 магазинами мережі, вдалося досягнути високих результатів у доступності продажів і 100% виконання товарообігу. За результатами роботи Вадим здобув 5,03 балів. У кущі керівника два філіали стали чемпіонами у рамках програми «Чемпіонат магазинів» у 2-му кварталі 2024 року: магазин №283, м. Буча, вул. Склозаводська, 10-Б, магазин №327, с. Хотянівка, вул. Валова, 2-В.

Керівник-чемпіон з питань супроводження персоналу – відповідальний, лояльний та націлений на результат керівник, який є справжнім професіоналом у процесах пошуку, найму та супроводженні співробітників магазинів, демонструє найвище досягнення у виконанні KPI. Діяльність керівників з питань супроводження персоналу оцінюємо за допомогою таких KPI, як: комплектація об'єктів, плинність персоналу, працевлаштування людей з інвалідністю.

КЕРІВНИЦЕЮ-ЧЕМПІОНКОЮ З ПИТАНЬ СУПРОВОДЖЕННЯ ПЕРСОНАЛУ В І, ІІ КВАРТАЛАХ 2024 РОКУ СТАЛА ОЛЕНА



Лідерка приєдналася до команди СУПЕРФОРІВЦІВ 18 серпня 2021 року. Колега є наставницею сервісності та зразком піклування для 16 магазинів. Протягом 1-го кварталу показала хороший результат у виконанні KPI та здобула 107,1%, у 2-му кварталі – 104,3%. Три філіали керівниці в 1-му кварталі здобули статус чемпіона у рамках програми «Чемпіонат магазинів»: магазин №156, м. Бахмач, вул. Я. Мудрого, 24; магазин №100, м. Борзна, вул. Т. Шевченка, 16; магазин №179, с-ще Козелець, вул. Соборності, 53/1.

ЮВІЛЕЙ РОБОТИ У ФОРІ

Вдячність за вірність у часи випробувань

Програма нематеріальної мотивації «Ювілей роботи у Форі» була розроблена з метою визнання та заохочення колег, які протягом тривалого часу присвячують себе компанії. Навіть у складний період війни програма продемонструвала свою ефективність та продовжує дарувати теплі моменти й зміцнювати нашу команду. За перше півріччя цього року ми привітали понад 494 наших колег, які святкували ювілей роботи у компанії (29 з них військові). Це свято не лише для ювілярів, але й для всієї Форі.

Ювіляри відзначають важливість програми для формування позитивного робочого середовища. Програма допомагає кожному відчутти себе частиною єдиної команди, де кожен важливий і цінний. Святкування ювілеїв підсилює почуття причетності до загальних успіхів і дарує відчуття гордості за свою роботу. Ми безмежно вдячні кожному СУПЕРФОРІВЦЮ за відданість і старання. Навіть у складний час, разом ми робимо світ кращим, а наші досягнення – ще вагомішими.



XXX колеги отримали стильні рюкзаки на честь 5 років роботи.



XX колег отримали теплі пледи на честь 10 років роботи в компанії.



XX колеги отримали витончені столові набори на честь 15 років роботи в компанії.



X колег отримали круті шашличні набори на честь 20 років роботи в компанії.



Продовжуймо працювати з любов'ю та натхненням, підтримуючи одне одного на шляху до нових вершин!

РІЧНИЦЯ РОБОТИ У ФОРІ

Півріччя щирої подяки та теплих історій

Ми пишаємося тим, що маємо можливість відзначати кожен рік роботи СУПЕРФОРІВЦІВ у рамках програми нематеріальної мотивації «Річниця роботи у Форі». Ця програма спрямована на те, щоб підкреслити цінність кожного співробітника для компанії, а також налагодити міцні зв'язки та підтримку між колегами. Вона сприяє створенню позитивної та мотиваційної робочої атмосфери, зміцнює командний дух та співпрацю, підсилює почуття приналежності до компанії та почуття цінності й поваги.

Це ціла культура привітання, яка підкреслює вдячність та повагу до кожного співробітника.

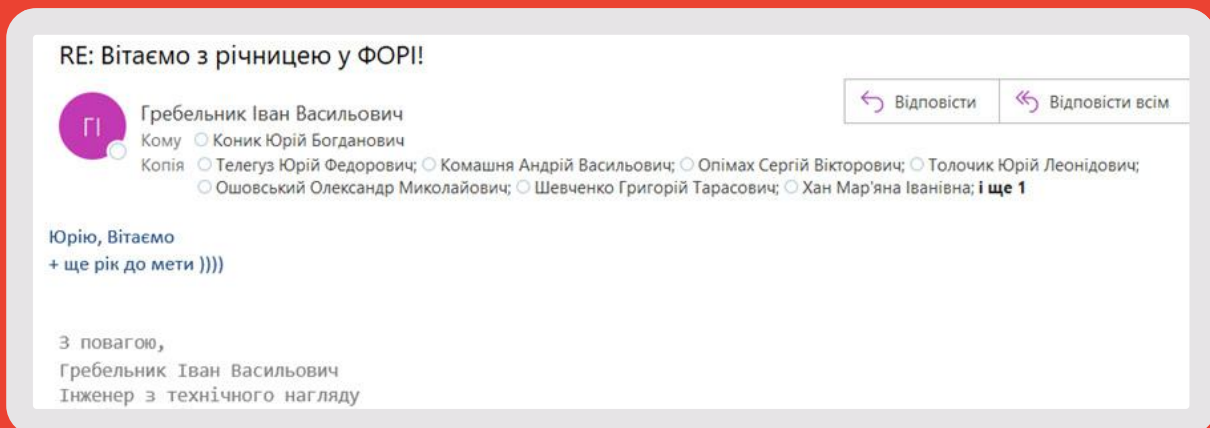
Самі привітання розповсюдилися між командами та зародили звичай – вітати колегу в чаті підрозділу, Офісу чи магазину. Зазвичай представник від команди отримує листівку на пошту як нагадування, що колега святкує річницю. Копіює цю листівку та відправляє в чат. І вже там несеться хвиля привітань та теплих слів. Також колеги висловлюють поздоровлення в листах у корпоративній пошті.



Вітання в чаті Офісу з персоналу з річницею начальниці відділу тренінгів.



Вітання в чаті Офісу з персоналу з річницею керівниці департаменту кадрового діловодства.



Вітання в корпоративній пошті з річницею інженера з технічного нагляду.

Річниця роботи у Форі – свідчення того, що компанія цінує своїх талановитих і досвідчених співробітників, та прагне створити для нас найкращі умови для роботи та розвитку.

ДЕНЬ НАРОДЖЕННЯ МАГАЗИНУ

Святкування дня народження магазину стало не просто традицією, а й дієвим інструментом нематеріальної мотивації для команд.

Програма, що відзначає річницю відкриття магазину святковим фуршетом, протягом першого півріччя 2024 року продемонструвала свою продуктивність, згуртовуючи колективи та піднімаючи їхній командний дух.

ЧОМУ ЦЕ ВАЖЛИВО ДЛЯ КОЛЕГ:

- **Єднання.** Команда має можливість зібратися разом, відсвяткувати спільні успіхи та відчути себе частиною єдиного цілого.
- **Визнання.** Програма є символом визнання та подяки за роботу кожного співробітника.
- **Святковий настрій.** Команда збирається разом і частується смаколиками, що створює позитивну атмосферу.

ЦІКАВІ ФАКТИ:

Найстарші магазини. Цього року 22-річчя свого відкриття відзначатимуть філіали міста Києва: магазин №1, вул. Йорданська, 20 та магазин №2, просп. Академіка Вернадського, 16.



Найкреативніший фуршет. Колектив магазину №481, м. Звенигородка, вул. Грушевського, 140, влаштував тематичний фуршет. Прикрасили місце повітряними кульками, паперовою гірляндою та своїми усмішками.



Найемоційніший момент. Колеги з магазину №356, м. Боярка, пл. Михайлівська, 6, вирішили замість запропонованого фуршету, відправити смаколики для їхнього колеги та 116-ї бригади, які зараз несуть службу в лавах ЗСУ.



День народження магазину – це не просто свято. Завдяки цій програмі Фора створює міцні команди однодумців, де кожен відчуває себе цінним і важливим.

СПОРТИВНА ФОРА

Перша половина 2024 року була насиченою для любителів спорту. Наші колеги здобули багато виняткових перемог та досягли значних успіхів з різних видів спорту.

ПЛАВАННЯ

Колеги з Комерційно-логістичного офісу здобули перемогу на чемпіонаті «Містер Батерфляй» на дистанції 25, 50 та 100 метрів, у віковій категорії «до 35» і «до 45». Євгенія показала витривалість і відмінну техніку, утримуючи лідерство до самого фінішу.

Її час у цій дистанції – дивовижний! Сергій показав не тільки високий рівень майстерності, але й надзвичайну силу. Він впевнено був лідером протягом усього змагання, не залишивши жодного шансу іншим учасникам. Ділимося результатами.

🏆 Турнірна таблиця наших колег 🏆

Чемпіони	Дистанція	Результат	Стиль	Нагорода
Євгенія	25	00:00:14:19	Вільний стиль	золото
Євгенія	50	00:00:30:77	Вільний стиль	золото
Сергій	50	00:00:27:40	Вільний стиль	золото
Сергій	100	00:01:09:00	Комплексне плавання	золото
Естафета змішана	4x25	00:01:84:00	Вільний стиль	бронза



НАСТІЛЬНИЙ ТЕНІС

Наша команда «Forehand» прийняла виклик у турнірі з настільного тенісу «FOZZY CUP 2024».

У складі команди: Роман, Ілля, Вадим та Олексій. Колеги тільки починали свій спортивний шлях.



Проте на цьому команда не зупинилася і на змаганні «Ігри столичних підприємств» вперше піднялася на сходи п'єдесталу й отримала кубок за 3 місце.

Гравець команди – Ілля, зробивши спортивний прорив, виборов друге місце в особистому заліку, підтверджуючи свою майстерність і точність. Вітаємо!



ГИРЬОВИЙ СПОРТ

Ми проявили активність і неймовірну силу ще й у гирьовому спорті, де Анатолій виборов третє командне місце для Фори.

З особистого заліку, спортсмена нагородили сріблом за друге місце. Це свідчить про його майстерність і наполегливість.



РИБОЛОВЛЯ

Команда Фори взяла участь у щорічному чемпіонаті зі спортивної риболовлі «РИБАЦЬКЕ ЩАСТЯ» XII Київської міської спартакіади «Здоровий Киянин», який проходив на водоймі села Дерев'яна, що в Обухівському районі. Чемпіонат зібрав найкращих рибалок компаній ФАРМАК, ДП «Івченко-Прогрес», Виробництво АТ «Антонов», УДЦР та Фора, які змагалися за звання чемпіона та цінні призи. Наша команда продемонструвала майстерність і злагоджену роботу протягом усього турніру. Їм вдалося зловити рибу загальною вагою 3035 г. Цей результат дозволив команді посісти 6 місце у турнірній таблиці в категорії «MASTERS» та отримати кубок за активну участь. Цей чемпіонат став ще одним підтвердженням майстерності й талановитості наших СУПЕРФОРІВЦІВ. Це було цікаве та спекотне змагання, яке дало нам можливість вперше позмагатися з досвідченими рибалками та набути нового досвіду.



ФУТБОЛ

У весняно-літній сезон команда F-team бере активну участь в турнірі SFCK | STREET FOOTBALL CHALLENGE KYIV, в якому поставила перед собою ціль – призові місця. Турнір ще не закінчено, проте вже маємо такі результати:

Цікаво, що матч із суперниками White Boys приніс найбільшу перемогу F-team в цьому турнірі – 0:9. Передній рекорд був 2:4, де капітан команди став першим гравцем F-team, який оформив хет-трик у цьому сезоні.



Наша футбольна команда завжди запрошує вболівальників на матчі, тому було створено телеграм-канал. Там повідомляємо не тільки про анонси майбутніх матчів, але й про інші спортивні заходи, де СУПЕРФОРІВЦІ можуть взяти участь та повболівати за колег. Доєднуйтеся за QR-кодом!



ШАХИ

20 червня відбувся онлайн-турнір Fora welcome cup 2024 із шахів серед колег Фори, який зібрав 10 ентузіастів. Кожен учасник продемонстрував стратегічні здібності й тактичну майстерність. Після п'яти раундів з'ясувалося, що трьом учасникам вдалося здобути однакову кількість очок! Вирішальним фактором у розподілі місць став «перформанс» (рейтинговий показник турнірної ефективності). Переможцем турніру було визнано Сергія, який отримав капібару від капітана команди. Друге місце посів Микола, третє – Вячеслав. Внутрішній турнір із шахів серед колег Фори став чудовою можливістю для любителів цієї інтелектуальної гри позмагатися, продемонструвати свої здібності та добре провести час разом. Команда вже готується до наступного турніру з колегами з Fozzy group.



КУЛЬОВА СТРІЛЬБА

Першим випробуванням для команди СУПЕРФОРІВЦІВ став чемпіонат з кульової стрільби «Снайпер столиці 2024», де Дарина здобула бронзову медаль у змаганнях із

малокаліберної гвинтівки на дистанції 50 метрів. У команді також змагалися: Аліса, Петро, Андрій та Олександр. Вперед до нових перемог! Бажаємо успіхів у майбутніх турнірах!



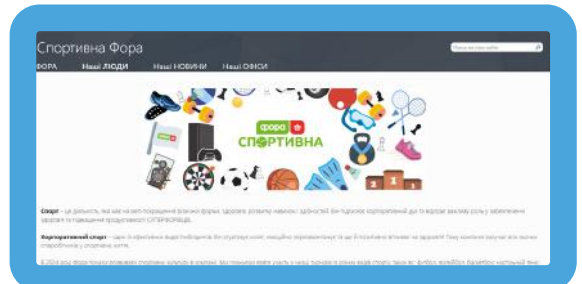
Це лише деякі з багатьох перемог наших колег. Фора пишається своїми спортивними досягненнями та підтримує прагнення співробітників до здорового способу життя.

Фора завжди рада новим учасникам своїх спортивних команд! Тож разом із колегами з холдингу організувала тренування з волейболу. Самостійно влаштовує тренування з футболу, шахів і настільного тенісу. В планах зібрати команду з баскетболу.

Якщо ви володієте навичками одного з перелічених спортивних ремесел або хочете повболівати за колег, відгукніся! Звертайся до Аліни Шумило або Ангеліни Куделюк.

Формуймо разом спортивну спільноту Фори!

Також оголошуємо про відкриття нової сторінки «Спортивна Фора» на корпоративному порталі!



На сторінці ви знайдете: інтерв'ю зі спортивними СУПЕРФОРІВЦЯМИ, новини команд, спільноту вболівальників, фото та відео зі спортивних подій, календар спортивних заходів.

Шукайте в розділі «Наші Люди» – «Спортивна Фора».

ПІКЛУВАННЯ ПРО ВІЙСЬКОВИХ

З початком повномасштабного вторгнення багато наших СУПЕРФОРІВЦІВ, як жінок, так і чоловіків, вирішили стати на захист країни. На цей момент понад 445 наших колег служать у Силах оборони України. Фора підтримує та піклується не лише про мобілізованих співробітників, які захищають нашу державу, але й про ветеранів, які повертаються до Фори, щоб зміцнити економічний тил. Для цього створено програму «Піклування про військових», яка поширюється на всіх мобілізованих і демобілізованих співробітників: як тих, хто повертається до компанії, так і тих, хто обирає інший шлях за межами Фори.

Програма охоплює увесь шлях співробітника, ми супроводжуємо військових під час мобілізації, проходження служби та привітання з поверненням демобілізованих співробітників до команди.

ПРОГРАМА НАБИРАЄ ОБЕРТІВ:

- Протягом першого півріччя 2024 року вдалося налагодити сповіщення та фіксацію таких статусів як: демобілізація, звільнення, зниклі безвісти та смерть, а також отримання щомісячного оновлення щодо даних статусів. Надалі ми плануємо працювати над автоматизацією даного процесу.
- Також вдалося додати в бланк для найму питання щодо військового досвіду кандидата.
- Почали роботу та вже частково розробили програму для перекваліфікації ветеранів-СУПЕРФОРІВЦІВ, які повертаються до компанії та за певних причин більше не можуть виконувати свої посадові обов'язки, для таких колег наша компанія запропонує можливість пройти навчання та опанувати нову посаду.
- У другому кварталі створено телеграм-чат для ветеранів-СУПЕРФОРІВЦІВ, які повернулися до компанії та подовжують працювати. У ньому колеги дізнаються про корисні програми від держави, важливі події та інформацію від компанії, а також можуть проходити різні опитування, спілкуватися й навіть ділитися мемами.

Протягом першого півріччя до нашої команди повернулися демобілізовані співробітники:



Богдан



Віктор



Сергій



Ігор



Максим



Олександр



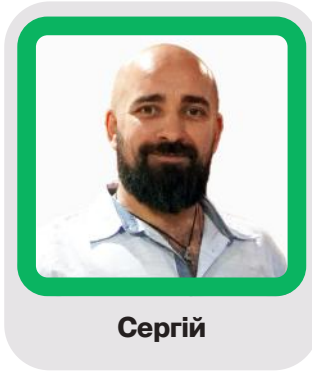
Анатолій



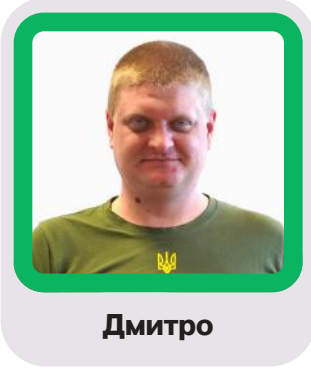
Юрій



Михайло



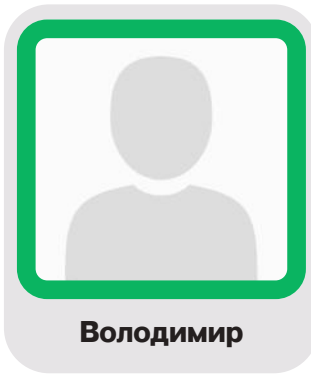
Сергій



Дмитро



Наталія



Володимир

Кожне привітання особливе й організовується максимально персоналізовано для кожного нашого ветерана. Спочатку ми дізнаємося, чи готові колеги до публічної подяки та обіймів команди. Привітання відбувається на робочому місці співробітника за участю його керівників та команди. Колективи висловлюють вдячність за службу, відданість і високий професіоналізм.

Також вручається пам'ятний подарунок від компанії, а саме подяка від CEO, листівка від команди, рюкзак, сертифікат на покупку у Форі та продуктовий набір відповідно до уподобань ветеранів. Якщо ж колега не бажає публічності, подарунок передається керівнику, який вручає його особисто.

Дякуємо колегам за залученість і допомогу в розвитку даної програми. Особливо дякуємо за включеність департаменту розвитку та організації навчання; департаменту кадрового діловодства; департаменту з підбору, адаптації та супроводу персоналу; департаменту з внутрішніх комунікацій та корпоративної культури, юридичному департаменту та департаменту по супроводженню адміністративного персоналу.

У цей складний період ми висловлюємо щирі подяку та глибоку повагу нашим колегам, які захищають державу. Кожен їхній крок робить вагомий внесок у створення майбутнього, яке належатиме кожному українцю. Ми впевнені, що їхня сила та відданість принесуть Україні перемогу та мир. Ми завжди з ними думками та серцем, віримо в їхню міць та чекаємо на той день, коли вони знову приєднаються до нашої команди.

Піклуємося про ветеранів – будемо майбутнє разом!



ЛІДЕРИ RTF СЕРЕД НАС

Real Time Feedback – зворотний зв'язок високої якості

Надавати зворотний зв'язок високої якості – це дуже корисне вміння. Адже донести свою думку, щоб її почули саме в тому контексті, який ти в неї вкладав і так, щоб вона була корисною, це ще та задачка з зірочкою. Ми проаналізували 265 відгуків за половину 2024 року

Та ще й поспілкувалися з лідерами, які надали й отримали найбільшу кількість відгуків. Читайте невеличке інтерв'ю від колег, які цінують круту співпрацю й постійно демонструють саме таку продуктивну взаємодію через RTF. Настав час познайомитися ближче!

ТОП-5 ЛІДЕРІВ У НАДАННІ ВІДГУКІВ КОЛЕГАМ



Заступник керівника ІТ-департаменту

Надав колегам 18 відгуків

Чому ти надаєш зворотний відгук колезі про взаємодію?

Мій відгук – вдячність колегам за розв'язане питання, адже зворотні відгуки отримувати приємно. Я керуюся таким гаслом: «Співпрацюй з людьми так, як хочеш, щоб вони співпрацювали з тобою». І я залишаю відгуки не лише колегам з департаменту, але й колегам, які супроводжують Центр підтримки. Вони працюють швидко та якісно, що є важливим у моїй роботі.

Чи допомагає така взаємодія у подальшій співпраці?

Звісно допомагає. Підбадьорює робити свою справу ще краще, вдосконалюватися та надалі співпрацювати з колегами.

Чому ти надаєш зворотний відгук колезі про взаємодію?

Мені подобається залишати людям позитивний зворотний зв'язок, тому що кожного разу, коли я це роблю, уявляю, як було б приємно мені, коли після важкої, проте успішно виконаної задачі, приходило сповіщення у МЗ «СУПЕРФОРІВЕЦЬ» із зеленим смайлом і словами подяки. Особливо круто, коли колеги тобі його відправляють на наступний ранок, оскільки разом із таким відгуком приходять неймовірна кількість позитивних емоцій, і на цьому заряді можна працювати весь день.

Чи допомагає така взаємодія у подальшій співпраці?

На мою думку – так, допомагає. Бо колеги починають відзначати, що до них звертаються не тільки за допомогою, а й не забувають сказати «Дякую». Це просто і круто.



Провідна фахівчиня відділу консолідованої інформації

Надала колегам 15 відгуків



Начальниця відділу з внутрішніх комунікацій

Надала колегам 15 відгуків

Чому ти надаєш зворотний відгук колезі про взаємодію?

Мої відгуки переважно про позитивний досвід. Словами колегам дякую часто, а от відгуки залишаю у тих випадках, коли отримую більше, ніж очікую – часу, уваги, допомоги. Бо розумію, що в потоці робочих задач цього могло б і не бути, а колега виділив (-ла) більше найцінніших своїх ресурсів. Також завжди намагаюся дякувати колегам із магазинів після будь-якої співпраці, адже для офісних працівників, як я, це ледь не єдина можливість підкреслити важливість нашої спільної праці. Інколи пишу керуючим, щоб передали подяку всій команді, яка допомагала в певному робочому процесі. А враховуючи, що я нещодавно доєдналася до підрозділу компанії, де багато новачків, то також лишала відгуки їм, щоб вони на собі відчули дію цього інструменту для зворотного зв'язку.

Чи допомагає така взаємодія у подальшій співпраці?

Переконана, що допомагає. Важливо хвалити й підсвічувати сильні сторони людей у взаємодії, бо це спонукає співпрацювати з ними і надалі, або ж звертати увагу на те, де можна підсилити свою роботу. Коли залишаю зелений смайлик і хороший відгук, то завжди уявляю, як колега отримує сповіщення на пошту, а після короткого хвилювання тихенько собі усміхається. Бо зі мною стається саме так :)

Чому ти надаєш зворотний відгук колезі про взаємодію?

Я надаю відгук після позитивної взаємодії, щоб підкреслити вдячність за надану допомогу чи реалізацію своїх прямих обов'язків на високому рівні: красиво та сервісно. Зважаючи на складну ситуацію в країні та життя в постійному стресі, варто навчитися помічати добро. Це точно позитивно вплине на ментальне здоров'я обох сторін взаємодії.

Чи допомагає така взаємодія у подальшій співпраці?

Впевнена, що так. До речі, RTF має корисну функцію ставити реакції на відгук. Таким чином я розумію, що колеги прочитали мій зворотний зв'язок. Вважаю такий фідбек на фідбек важливий, бо знаю, що мене почули та наша подальша взаємодія матиме фундамент з цього позитивного спогаду.



Менеджерка із зв'язків з громадськістю

Надала колегам 14 відгуків



Керівниця департаменту з внутрішніх комунікацій та корпоративної культури

Надала колегам 11 відгуків

Чому ти надаєш зворотний відгук колезі про взаємодію?

RTF я застосовую для підсилення своєї вдячності. Зазвичай висловлюю подяку усно і потім фіксую письмово більш розширено, оскільки це підсилює приємні відчуття. А от коригуючий зворотний зв'язок надаю персонально – такий мій підхід. Для мене дуже важливо мати продуктивну взаємодію та розв'язувати задачі швидко й ефективно.

Чи допомагає така взаємодія у подальшій співпраці?

На мою думку, будь-який розлогий, конкретний і чесний відгук є корисним. Адже саме так колега переконується в правильності своїх дій чи навпаки, має можливість переосмислити та змінити підхід.

Дякуємо колегам, за приклад сервісної, продуктивної, мотивуючої та чесною взаємодії. Ви надихаєте покращувати свої комунікаційні навички!

ТОП-2 ЛІДЕРИ, ЯКІ ОТРИМАЛИ НАЙБІЛЬШЕ ВІДГУКІВ ВІД КОЛЕГ

Чи важливий для тебе зворотний зв'язок від колег про вашу співпрацю?

Зворотний зв'язок дуже важливий, по відгукам я орієнтуюся над чим мені варто працювати, щоб бути ще більш сервісним.

Якої ти думки про колег, які відразу надають відгуки про взаємодію?

Гарної думки, адже зворотний зв'язок – це найкращий вид комунікації між колегами і для роботи над собою.

Як лідер по кількості відгуків у RTF, опиши, яку співпрацю з колегами ти дійсно вважаєш продуктивною?

У першу чергу дуже круто, коли колеги формують чіткі запити та серйозно підходять до створення задачі (чіткий опис проблеми і запит на її вирішення). Коли стараються створити комфортне середовище для співпраці. Набагато продуктивніше в спокійній атмосфері обговорювати суть запиту, щоб потім максимально швидко його вирішити. Формула продуктивної взаємодії = отримати описаний запит + обговорити деталі + швидко вирішити запит + отримати WOW-ефект і, як наслідок, побачити радісне обличчя колеги :)



Технік із системного адміністрування

Отримав від колег 14 відгуків



Заступник керівника ІТ-департаменту

Отримав від колег 12 відгуків

Чи важливий для тебе зворотний зв'язок від колег про вашу співпрацю?

Так, мені дуже важливо отримувати зворотний зв'язок від колег, тому що це допомагає тримати зв'язок із реальністю, покращуватись і розуміти, що люди навколо помічають, що вони є частиною команди і, що в команді прийнято комунікувати для досягнення хороших результатів.

Якої ти думки про колег, які відразу надають відгук про взаємодію?

Люди у яких вдається день у день надати відгук на взаємодію заслуговують окремої поваги. Особисто в мене не знаходиться часу на таку оперативну реакцію і я надаю відгук на ранок наступного дня.

Як лідер по кількості відгуків у RTF, опиши, яку співпрацю з колегами ти дійсно вважаєш продуктивною?

У моєму колі спілкування та взаємодії продуктивною вважається співпраця, яка призвела до очікуваного результату або перевершила його.



Кураторка інструменту RTF

Дякую нашим лідерам за приклад продуктивної взаємодії і комунікації між колегами. Можемо сміливо звертатися до лідерів зворотного зв'язку за допомогою та лайфхаками у складанні відгуків. Тільки завдяки бажанню всіх колег, разом ми виведемо нашу співпрацю на новий крутий рівень щирості в комунікації. Це в свою чергу покращить швидкість в обміні інформацією та закритті завдань.

ЯК ЗАЛИШИТИ ВІДГУК?

У МЗ «СУПЕРФОРІВЕЦЬ» зайдіть у Меню та оберіть розділ «Real Time Feedback». Натисніть «Відгуки» – «Залишити відгук». Знайдіть у пошуку колегу. Натисніть на її чи його аватар, тоді з'явиться кнопка «Продовжити». Після її натискання можна залишити відгук. Ця опція доступна всім СУПЕРФОРІВЦЯМ із офісів та магазинів!

На сторінці FORA Analytics знайдіть ім'я колеги в розділі «Профілі», оберіть вид взаємодії та поставте йому оцінку з коментарем. Ця опція доступна всім СУПЕРФОРІВЦЯМ, які мають обліковий запис і доступ до корпоративного ПК!



Користуйтеся Real Time Feedback!

ЛІНІЯ ДОВІРИ ФОРИ

Піклування в дії

Лінія довіри (далі – ЛД) продовжує працювати та допомагати СУПЕРФОРІВЦЯМ у розв'язанні конфліктів і складних ситуацій, які не вдається вирішити з безпосереднім керівником. Завдяки ЛД СУПЕРФОРІВЦІ можуть ефективно розв'язати певні непорозуміння або повідомити про неправомірні дії.

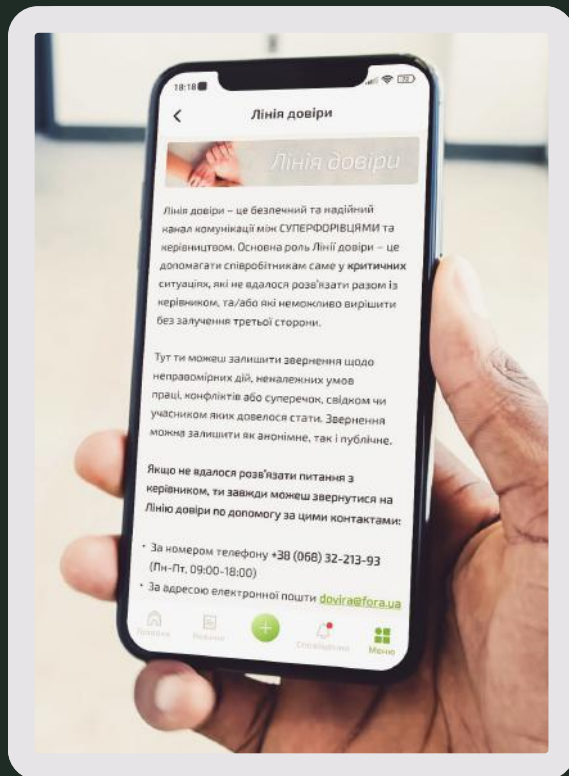
У першому півріччі 2023 року ми отримали XXX звернень, а за перше півріччя 2024 – XXX, а це на XX звернень (XX%) менше, ніж у 2023 році. Кожна заявка ретельно розглянута та опрацьована робочою групою Лінії довіри та саме завдяки її плідній роботі кількість звернень зменшилася.

Скарги на адміністрацію від співробітників за півріччя становлять XX% з усіх заявок – це хороший результат. Всі інші звернення (XX%), які надійшли – це організаційні питання, які б мали вирішуватися з безпосереднім керівником. Наприклад такі тематики: «Як отримати трудову/ медичну книжку» становлять XX% від усіх звернень, «Питання від колишніх співробітників (інші документи)» – XX%, «Розрахунок після звільнення» – XX% (всі звернення порашовані включно з категорією «Інше»).

СУПЕРФОРІВЦІ, навіть якщо на якийсь час ви перестасте бути співробітниками компанії, щодо всіх запитань ви можете звернутися до свого колишнього керівника. А колишні співробітники магазинів можуть звернутися за допомогою до керуючого будь-якого магазину.

ЯКІ ОНОВЛЕННЯ ВІДБУЛИСЯ ЗА ОСТАННІ ПІВ РОКУ?

- Задля покращення роботи ЛД ми створили сторінку на Порталі саме для робочої групи. На даній сторінці зібрані всі матеріали та документи, які допоможуть в роботі зі зверненнями.
- Оновили плакати по ЛД у мережі та офісах, щоб колеги швидко могли дізнатися контакти та, в разі потреби, залишити звернення.
- Для зручності всіх колег, інформацію про Лінію довіри та її контакти додатково можна знайти у мобільному застосунку «СУПЕРФОРІВЕЦЬ», в розділі «Меню» – «Довідник СУПЕРФОРІВЦЯ» – «Лінія довіри».



Щиро дякуємо за плідну співпрацю HR- та ОО-кураторам, керівникам оперативного реагування, а також їхнім керівникам, які завжди швидко беруть у роботу звернення та розв'язують їх: департаменту кадрового діловодства, департаменту обліку нарахувань, юридичному департаменту, департаменту внутрішнього захисту, а також департаменту з внутрішніх комунікацій та корпоративної культури. Колеги, ваша допомога та відданість дуже цінні, адже разом ми спільно будемо чесну, прозору, етичну та успішну компанію.

СУПЕРФОРІВЦІ можуть звернутися на Лінію довіри за цими контактами:

- (XXX) XXX-XX-XX
доступний у будні дні з 09:00 до 18:00
- xxxx@fora.ua
- xxxx.fora.ua

Створюємо комфорт, піклуйтесь про кожного!

фора



Головна редакторка та дизайнерка – **Євгенія Травіна**

Дякуємо всім СУПЕРФОРІВЦЯМ за представлені матеріали для видання та професійну діяльність, якою хочеться ділитися з колегами.

Примножуємо людиноцентричність, де кожен Гість та СУПЕРФОРІВЕЦЬ є важливим!