



Un set de instrumente sindicale pentru organizarea angajaților de birou din sectorul industrial

De industriAll European Trade Union

Mulțumiri

Setul de instrumente este rezultatul proiectului „Better Representation of White-Collar Workers for a Sustainable Future of Industrial Relations in Manufacturing” (BEREP – O mai bună reprezentare a angajaților de birou pentru un viitor sustenabil al relațiilor din industria prelucrătoare), co-finanțat de Comisia Europeană. Instrumentele și recomandările sunt bazate pe cercetarea efectuată de Institutul pentru Locuri de Muncă, Abilități și Instruire din cadrul Universității din Duisburg-Essen, Germania. Proiectul a generat un raport aprofundat intitulat „White-Collar Workers in Manufacturing: Comparative Analysis of Working Conditions, Attitudes and Trade Union Representation of White-Collar Employees in Selected European Countries” (Angajații de birou din industria prelucrătoare: analiză comparativă a condițiilor de lucru, atitudini și reprezentarea sindicală a angajaților de birou din țări europene selectate), de Thomas Haipeter, Thorsten Kalina, Angelika Kümmerling și Sophie Rosenbohm. Proiectul s-a bazat pe participarea afiliaților din opt țări europene: PRO și TEK din Finlanda; CFE–CGC Métallurgie, FNME–CGT mines-énergie și CFE–CGC Énergies din Franța; IGBCE și IG Metall din Germania; SIPTU din Irlanda; FZZMiH din Polonia; FS-Gaz și FSLI Petrol Energie industriALL-BNS – ICA din România; UGT–FICA din Spania; și Unionen din Suedia. Toate sunt active în Grupul de Lucru Angajaților de Birou din Sectorul Industrial al industriAll European Trade Union. Autorii doresc să mulțumească tuturor celor implicați pentru întregul studiu.



Cuprins

- 5 Prolog
- 6 Folosirea setului de instrumente
- 8 Transformați angajații de birou într-o prioritate pentru sindicatul dvs
- 11 Principalele argumente pentru concentrarea pe angajații de birou
- 14 Cercetare
- 18 Identificarea unei probleme
- 22 Atragerea în sindicat a angajaților de birou
- 23 Cum se planifică o campanie?
- 26 Folosirea sondajelor
- 28 Comunicarea cu angajații de biro
- 31 Conversații 1-la-1
- 35 Argumente pentru intrarea într-un sindicat
- 39 Identificarea liderilor la locul de muncă
- 41 Recrutarea și retenția angajaților de birou
- 45 Concluzie și resurse suplimentare
- 48 Contact



Prolog

Industria prelucrătoare din Europa trece prin transformări semnificative. Proporția de angajați de birou a crescut substanțial, în anumite țări depășind chiar numărul de lucrători manuali. Momentan, angajații de birou constituie cca. 41% din forța de muncă prelucrătoare din Europa, deși procentul variază în funcție de țară.

Această schimbare prezintă atât provocări cât și oportunități pentru sindicatele din industria prelucrătoare, care în mod tradițional s-au concentrat pe sindicalizarea lucrătorilor manuali. De-a lungul timpului, lucrătorii manuali au stat la baza puterii sindicale din industria prelucrătoare. Însă numărul lucrătorilor manuali descrește în timp ce numărul angajaților de birou crește. Dacă sindicatele doresc să-și mențină cuvântul important pe care îl au în industria prelucrătoare, trebuie să angajăm și să organizăm mai mulți angajați de birou. Acest lucru reprezintă o provocare, pentru că mulți angajați de birou cred în continuare că pot negocia individual și că nu au nevoie de o abordare colectivă. Unii, cum ar fi inginerii industriali și angajații care efectuează controlul calității, pot avea resurse de putere de negociere individuală datorită pozițiilor lor din ierarhiile organizaționale și a calificărilor specializate, dar reprezintă o minoritate. Mulți trebuie să se confrunte cu o autonomie de lucru redusă, multe ore suplimentare, lipsa dreptului de a se deconecta și contracte fictive de muncă pe cont propriu. Prin organizarea eficientă a acestor angajați, sindicatele pot genera putere organizațională. Aceasta va garanta că vom continua să jucăm un rol important în apărarea drepturilor angajaților, în negocierea de contracte colective puternice, și în contribuția noastră la un viitor sustenabil și social pentru industria prelucrătoare din Europa, bazat pe dialog social.

Avem încredere că acest set de instrumente va ajuta afiliații să abordeze, să organizeze și să sprijine mai bine angajații de birou, asigurându-ne astfel că sindicatele rămân o voce puternică ce pledează pentru industriile prelucrătoare din Europa.



Judith Kirton-Darling

Secretar General
IndustriAll Europe

Isabelle Barthès

Secretar General Adjunct
IndustriAll Europe

Folosirea setului de instrumente

Cine sunt angajații de birou?

Industria prelucrătoare din Europa trece prin transformări masive. Tot mai mulți angajați din acest sector lucrează de la birou sau din spatele unui laptop. Aceștia sunt angajații de birou. Pot avea rol de administratori, designeri, manageri de proiect, redactori tehnici, specialiști IT, personal de relații cu publicul și multe alte roluri: pe scurt, **oricine lucrează mai mult la birou, și nu în ateliere.**

Ce este acest set de instrumente?

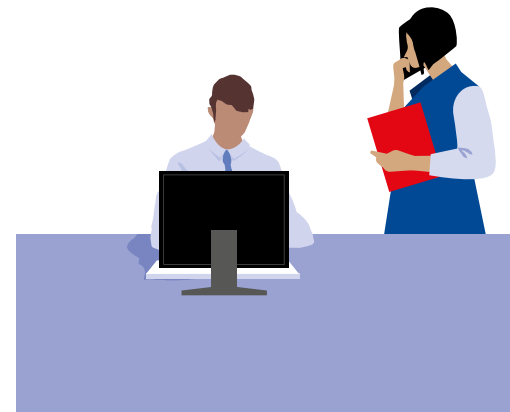
Acest set de instrumente oferă un ghid sindicatelor care doresc să organizeze și să recruteze angajați de birou din industria prelucrătoare.

- Oferă strategii practice și instrumente adaptabile nevoilor diverse ale organizațiilor.
- Adresează provocările actuale și oferă soluții și abordări specifice pentru organizarea angajaților de birou.
- Include șabloane și liste de verificare utile pentru organizare și recrutare, care sunt relevante pentru fiecare etapă a campaniei.

Deși nu toate instrumentele vor fi utile pentru fiecare inițiativă, organizație, cultură sau sistem de relații de muncă, acest manual servește ca resursă pentru dezvoltarea puterii sindicale, cu accent pe angajații de birou.

Cum se folosește acest set de instrumente?

Setul de instrumente este organizat cronologic și începe cu informații și idei despre generarea sprijinului în cadrul sindicatului dvs. pentru organizarea angajaților de birou. Apoi explică metoda de demarare a unei campanii de



organizare destinate angajaților de birou, cu sfaturi de abordare și comunicare. În cele din urmă, abordează metode de implicare sindicală mai mare a angajaților de birou și ce pași trebuie să facă pentru a-i menține în sindicat după aderare, respectiv pentru retenție. Listele de verificare și șabloanele pe care le puteți utiliza pentru a crea și derula campania sunt incluse în majoritatea secțiunilor. La sfârșitul manualului veți găsi link-uri către mai multe resurse.



Transformați angajații de birou într-o prioritate pentru sindicatul dvs

Angajații de birou reprezintă o proporție a forței de muncă din industria prelucrătoare mai mare ca oricând. În mod tradițional, puterea sindicatelor industriale s-a bazat în mare parte pe organizarea lucrătorilor manuali, dar pe măsură ce industria se schimbă, trebuie să ne adaptăm sindicatele pentru a le menține și crește puterea. Dacă nu aducem mai mulți angajați de birou în sindicatele industriale, riscăm să pierdem densitatea la locul de muncă și, implicit, capacitatea noastră de a câștiga contracte colective bune pentru toți lucrătorii. De aceea, sindicatele industriale trebuie să pună mai mult accent pe găsirea, recrutarea și dialogul cu angajații de birou.

Conform rezultatului cercetării noastre, angajații de birou nu resping ideea de „sindicat” atât de des pe cât se crede uneori: sondajul nostru a constatat că peste jumătate din ei crede că sindicatele sunt relevante pentru ei. Acest lucru indică faptul că există mulți angajați de birou care sunt deschiși să adere la un sindicat, dar nu au fost încă abordați în acest sens. Dar înainte de a accesa locurile de muncă și a avea acele conversații, trebuie să vă asigurați că sindicatul acordă timp, resurse și importanță organizării angajaților de birou. Acest lucru va garanta că eforturile dvs. nu vor fi în zadar și că noii membri vor găsi un sindicat primitor și receptiv față de nevoile lor.

Consultați
secțiunile 3.1 și
3.2 ale raportului
complet pentru
mai multe detalii.

Cum sindicatele transformă organizarea într-o prioritate

Iată câteva exemple reale pentru felul în care sindicatele din diferite părți ale Europei fac din organizare o prioritate pentru sindicatul lor.

Departamentul de Marketing

Sindicatul suedez Unionen a înființat un departament de marketing și vânzări, care acoperă o gamă largă de activități; cel mai important aspect este dezvoltarea unei strategii de marketing pentru organizare pe baza unui obiectiv de recrutare clar definit. Activitățile Unionen se bazează pe o

analiză de piață care clasifică angajații în diferite grupuri: unul care caută siguranță, unul care pune accentul pe comunitate și grija față de ceilalți și un al treilea grup care crede în propriile resurse și abilități. Având în vedere că acest al treilea grup ar fi greu de organizat, sau doar cu un efort disproportionat, Unionen se concentrează asupra primelor două grupuri. Unionen realizează analize regulate prin intermediul unei organizații profesionale de cercetare a pieței. Acest lucru permite identificarea problemelor și adaptarea practicilor.

Unionen a lansat campania la începutul anilor 2010 cu scopul de a stimula recrutarea pentru a atinge un obiectiv definit. Aceasta a inclus o serie de măsuri, cum ar fi noi structuri organizaționale, indemnizații de șomaj suplimentare, o analiză de piață a grupurilor-țintă și o campanie media cu publicitate TV. O campanie atât de complexă a necesitat investiții uriașe din partea sindicatului.

Crearea în organizația dvs. de departamente sau comisii pentru angajații de birou

În majoritatea sindicatelor, cu excepția celor profesionale, angajații de birou sunt reprezentați împreună cu lucrătorii manuali. În multe – dar nu în toate – au fost înființate structuri sindicale pentru reprezentarea intereselor angajaților de birou. În **Spania**, de exemplu, sindicatul **UGT** a înființat o asociație de tehnicieni și alți angajați de birou. Un organizator sindical a declarat: „Da, avem o asociație pentru tehnicieni și, bineînțeles, și pentru angajații de birou, care au nevoi complet diferite. Avem această organizare încă din 1987. De fapt, UGT este singurul sindicat din Spania cu o astfel de structură.”

Crearea în organizația dvs. a unui departament sau comisii pentru organizare

Sindicatul irlandez SIPTU, care are o tradiție îndelungată în organizare, a înființat un departament special în acest sens în urmă cu mai bine de 20 de ani. Resursele pentru organizare au fost eliberate prin reformele organizatorice și prin înființarea comisiei oficiale pentru relații de muncă, care permite angajaților individuali să depună plângeri cu privire la eventualele încălcări ale legislației privind protecția muncii și să obțină o decizie de la un ofițer evaluator. Această opțiune a luat o greutate considerabilă și consumatoare de timp din sarcina oficialilor sindicali, care

anterior aveau puțin timp pentru a sprijini delegații sindicali sau negocierile colective. Odată înființat, departamentul de organizare al SIPTU a desfășurat mai multe campanii de organizare în diferite industrii. Aceste succese au permis departamentului să-și construiască o bună reputație în rândul sindicaliștilor. Pe lângă desfășurarea propriilor campanii, departamentul poate fi folosit și pentru a sprijini inițiativele angajaților de birou din producție. Avantajul în acest caz este că organizatorul sindical poate sta o perioadă mai lungă la locul de muncă, ceea ce avantajează eforturile organizatorice.

Echipe organizatorice regionale

Sindicatul german IG Metall a implementat organizarea ca practică încă de la începutul anilor 2010, când a lansat o campanie strategică în sectorul energiei eoliene. Organizarea a fost ulterior descentralizată sub formă de proiecte care puteau fi solicitate de unitățile locale și regionale ale sindicatului, dintre care unele vizau organizarea angajaților de birou. Echipele organizatorice acționează acum la nivel regional și sunt formate din organizatori profesioniști care lucrează exclusiv în acest sens, fie că sunt lucrători manuali sau angajați de birou. Aceste proiecte sunt considerate ca fiind destul de reușite.



Principalele argumente pentru concentrarea pe angajații de birou

Înainte de a începe să organizați angajații de birou, sindicatul dvs. trebuie să ajungă la o înțelegere comună că merită să se concentreze pe acest grup. Iată câteva argumente de top pentru membrii și conducerea sindicatului, cu privire la necesitatea de a acorda prioritate angajaților de birou:

1. Numărul și proporția angajaților de birou din industrie sunt în creștere. Dacă nu îi aducem în sindicat, puterea noastră în companii și în acest sector va fi slăbită. Utilizați datele din raportul principal pentru a arăta evoluția angajaților de birou în țara dvs. și în economiile comparabile.
2. Pe măsură ce industria se digitalizează, tot mai multe locuri de muncă vor fi locuri de muncă de birou. În țările cu cea mai digitalizată industrie, ca Germania, Franța, Suedia și Finlanda, proporția locurilor de muncă de birou este mai mare. Dacă industria viitorului trebuie să fie sindicalizată, atunci trebuie să organizăm angajații de birou acum.
3. Adesea, angajații de birou sunt mult mai deschiși decât se crede la ideea aderării la un sindicat. Dovezile arată că sunt mai multe șanse să se alătorească atunci când văd sindicate la locul lor de muncă, așa că sindicatele trebuie să fie prezente și vizibile dacă dorim să ne creștem numărul de membri din acest grup.
4. Deoarece mulți angajați de birou din industrie nu s-au alăturat niciodată unui sindicat, este posibil să nu aibă experiențe sau percepții negative anterioare. Departamentele și locurile de muncă ale acestora sunt adesea zone „virgine”, adică locuri care nu au fost organizate înainte. Acest lucru permite sindicatului să stabilească discursul și să creeze un sentiment de noutate, urgență și importanță în privința aderării la sindicat.

Consultați
secțiunea 3.2 din
raportul principal.

Consultați
secțiunea 4.5 din
raportul principal.

Consultați secțiunile
5.1–5.3 din raportul
principal pentru informații
detaliate despre modul
în care sindicatele și-au
obținut participarea și și-au
demarat campaniile.

Folosiți o abordare pas-cu-pas

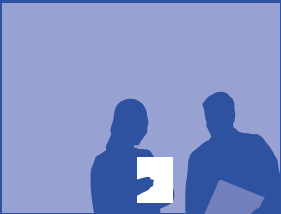
Începeți cu proiecte-pilot: Începeți prin a implementa proiecte mai mici, gestionabile, care sunt mai puțin riscante și mai ușor de monitorizat. Acestea servesc ca o oportunitate de a evalua fezabilitatea noilor abordări sau idei. Dar au nevoie și de personal și resurse pentru a testa organizarea angajaților de birou într-un mod definit și măsurabil. Rezultatele pozitive vor crea sprijin intern pentru o concentrare mai mare asupra grupului.

Evaluați și învățați: Odată ce aceste proiecte mai mici sunt finalizate, evaluați temeinic și măsurați rezultatele (membri noi, acorduri, atitudine schimbată față de sindicat la locul de muncă). Această etapă este esențială pentru a învăța ce funcționează și ce nu, permițând ajustări și optimizări pe baza rezultatelor reale.

Adaptați la proiecte emblematice: Cu lecțiile și strategiile de succes obținute din proiectele-pilot, treceți la proiecte mai mari și cu impact. Aceste inițiative emblematice sunt mai vizibile și au un potențial mai mare de a demonstra eficacitatea și beneficiile noii abordări în întregul sindicat.

Convingeți majoritatea organelor democratice decizionale din sindicatul dvs.: Utilizați succesul acestor proiecte ca studii de caz pentru a convinge conducerea extinsă și membrii sindicatului. Prezentați dovezi clare ale succesului acestor proiecte pentru a convinge majoritatea membrilor că noua abordare este benefică pentru toți lucrătorii și ar trebui adoptată în întregul sindicat.





Cercetare

Care sunt angajații de birou țarhetateți?

Acest set de instrumente oferă un punct de plecare în eforturile dvs. de a organiza angajații de birou. Va trebui să faceți propria cercetare atunci când elaborați proiectele-pilot și campaniile aferente pentru a ajunge la angajații de birou.

Ca prim pas veți dori să identificați care va fi ținta dvs.: o companie sau chiar un loc de muncă. Sau puteți colecta informații despre mai multe ținte, pentru a putea lua decizia finală. În orice caz, va trebui să colectați în mod sistematic informații despre:

- Date demografice și funcțiile angajaților de birou
- Industrii-cheie și sectoare emergente din zona țintă
- Tipare de angajare, medii de lucru și relația lucrătorilor cu sindicatul, inclusiv statutul lor de membru și preferințele de comunicare
- Percepțiile lucrătorilor despre sindicate și atracția alternativelor non-sindicale; acestea pot ajuta la identificarea potențialelor bariere și oportunități pentru recrutarea și sprijinul sindicale

Cum să obțineți date despre angajații de birou acolo unde sunteți deja prezenți

Cercetarea este esențială, nu numai în locurile în care sindicatul nu are o prezență (zonele virgine), ci și acolo unde este prezent (zonele funcționale). În acest ultim caz, ar trebui să utilizați cunoștințele și resursele prezente la locul de muncă pentru a organiza și angajații de birou.

La locul de muncă sau compania-țintă, **abordați lucrătorii manuali care fac parte din sindicat**. Ei au informații importante despre dimensiunea și structura forței de muncă de birou. Asigurați-vă că explicați de ce este important să organizați și angajații de birou, fiind un mijloc de consolidare a sindicatului pentru toți.

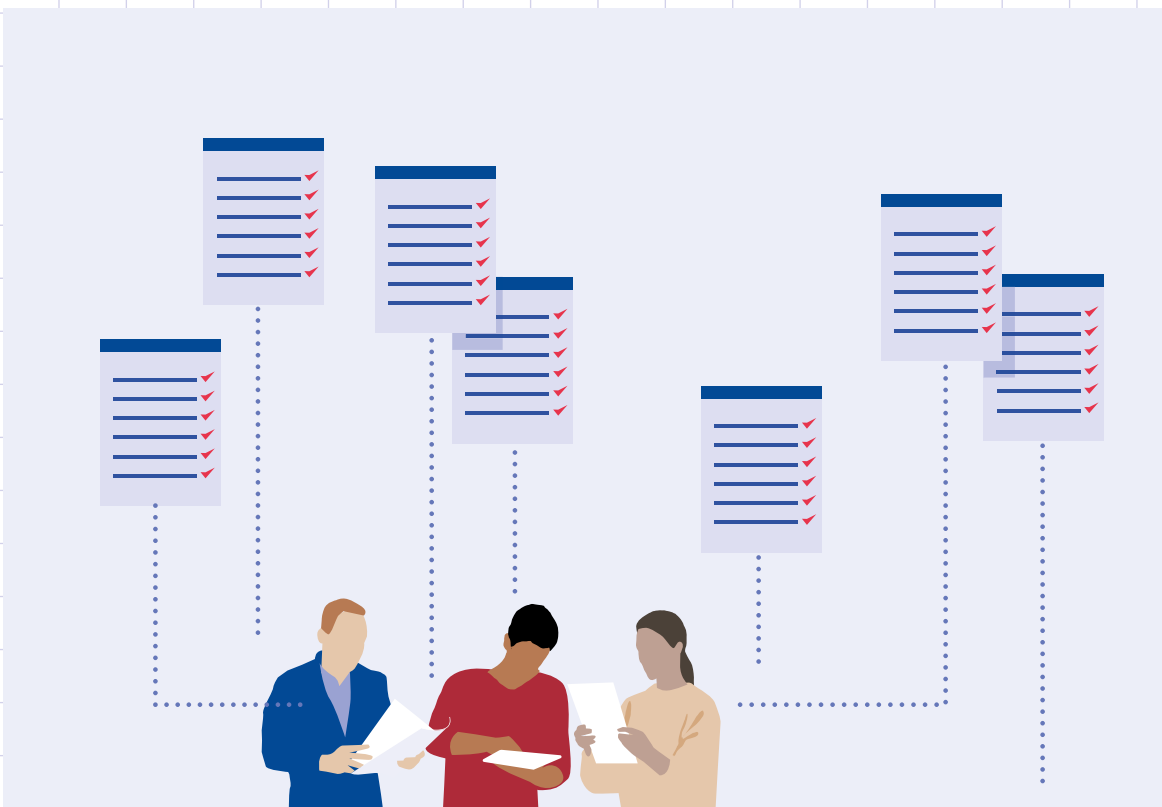
Folosiți informațiile despre membrii sindicatului

dvs. Obțineți o bază de date relevantă a membrilor sindicatului, dacă nu o aveți deja, și identificați angajații de birou care sunt deja membri. Dacă nu aveți informații actualizate despre fiecare membru, inclusiv profesia, statutul profesional, nivelul de educație și calificare, nivelul activității sindicale și datele de contact, contactați membrul pentru a le obține.

Efectuați un sondaj asupra membrilor existenți pentru a obține informații detaliate despre atitudinea acestora față de sindicat, nivelul activității sindicale existente, dacă este cazul, atitudinea colegilor lor non-sindicali și problemele care îi afectează. Există informații suplimentare despre sondaje, inclusiv șabloane, mai târziu în acest manual.

Vorbiți cu membrii sindicali (și apoi cu non-membri!).

Nu vă bazați exclusiv pe rezultatele sondajelor. Trebuie să purtați conversații cu membrii sindicali pentru a înțelege în profunzime ce îi motivează să fie în sindicat, ce vor să schimbe la locul lor de muncă și cum pot ajuta la organizarea de noi membri. Cereți membrilor să stabilească conversații cu non-membri, astfel încât să puteți obține și perspectivele lor.



Obțineți informații despre angajatorul-țintă

Pe lângă faptul că aflați cât mai multe despre lucrătorii pe care doriți să-i organizați, trebuie să colectați informații și despre compania în care lucrează. Aceasta este cunoscută sub numele de cercetare corporativă strategică. Trebuie să analizați structura corporativă a companiei, precum și modul în care este organizată forța de muncă, cine sunt clienții și furnizorii lor și relațiile lor cu comunitatea locală, politicienii și autoritățile de reglementare.

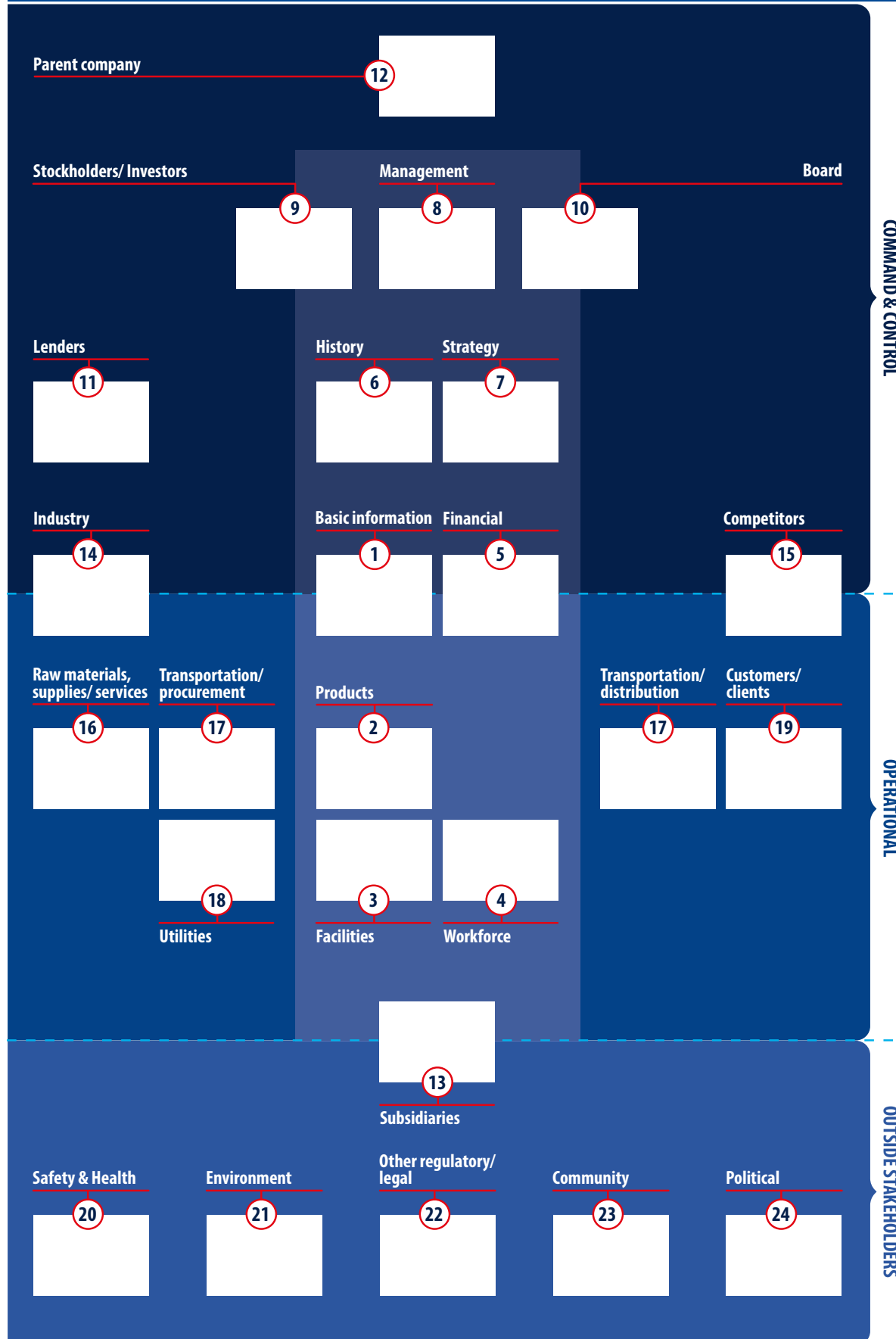
Unde puteți căuta informații despre companii?

Puteți începe cu website-urile filialei locale (unde este cazul) și ale companiei-mamă. Majoritatea companiilor mari are o secțiune sau un website separat destinat investitorilor. Aici veți găsi informații-cheie despre strategia, performanța și structura companiei. Vă puteți asigura și de faptul că firma este înregistrată la autoritățile locale (de ex. conturile companiei, certificatul de înregistrare în registrul comerțului, comunicările către investitori sau acționari). Completați aceste informații cu o căutare pe internet. Site-urile destinate investitorilor pot fi o sursă bună, la fel ca și reportajele din mass-media. Luați legătura cu industriAll Europe dacă aveți nevoie de ajutor pentru decodarea datelor. Combinați aceste constatări cu ceea ce vă spun lucrătorii din companie. Se potrivesc? Își îndeplinește compania obligațiile legale și orice angajamente voluntare pe care și le-a luat față de investitori sau guvern?

Acest grafic include informațiile pe care trebuie să le colectați atât despre angajatorul-țintă, cât și despre ecosistemul aferent format din clienți și furnizori, structura acționariatului, filiale, comunitate, presiunile politice și de piață. Este adaptat după conținutul produs de Tom Juravich de la www.strategiccorporateresearch.org.

STRATEGIC CORPORATE RESEARCH

(private sector firms)



Identificarea unei probleme

Acum că aveți informațiile de care aveți nevoie despre lucrători și angajator, trebuie să identificați o problemă pentru care să faceți campanie. Cercetarea dvs. vă poate ajuta aici, dar cel mai important lucru este să discutați cu lucrătorii pe care încercați să-i organizați. Utilizați abilitățile și metodele din secțiunea „Comunicarea cu angajații de birou”.

Comunicarea va fi un proces continuu. Când ați identificat problema, puteți trece la planificarea campaniei, următoarea secțiune a acestui set de instrumente. Cu toate acestea, campaniile trebuie să fie deschise la schimbările care apar pe măsură ce aflați mai multe și lucrătorii devin mai implicați. Ca atare, ar trebui să fiți deschis la ideea că problema poate fi alta pe măsură ce timpul trece. Utilizați lista de verificare din această secțiune pentru a verifica în mod constant dacă problema dvs. este cea corectă și dacă există o alta care îndeplinește mai bine criteriile.

Care sunt cele mai importante probleme ale angajaților de birou?

Lucrătorii înșiși ar trebui să aleagă problema în jurul căreia se construiește campania. Însă este important să înțelegeți care sunt cele mai spinoase probleme pentru angajații de birou, astfel încât să le puteți aborda în conversațiile dvs. și să înțelegeți cum aceste probleme le pot afecta viața.

Cercetările efectuate de industriAll Europe au identificat mai multe probleme care sunt importante pentru angajații de birou din diferite țări și sectoare:



Presiunea jobului și a timpului: Mulți angajați de birou resimt ca semnificativă presiunea jobului și a timpului, ceea ce duce la stres și la creșterea volumului de muncă.



Diferența dintre orele de lucru contractuale și cele efective: Un număr substanțial de lucrători lucrează mai multe ore decât cele convenite prin contract, contribuind la problemele de echilibru între viața profesională și cea privată.



Presiuni de formare și calificare: Învățarea continuă este foarte apreciată și a devenit o cerință esențială, dar calificările obligatorii combinate cu sarcini mari de muncă provoacă presiune și stres, în special pentru lucrătorii vârstnici. În plus, adesea companiile nu oferă suficiente oportunități de formare, ceea ce lucrătorii consideră că dăunează perspectivelor lor de carieră.



Autonomia – o sabie cu două tăișuri: Deși autonomia este un factor-cheie pentru condițiile bune de muncă, ea poate deveni dăunătoare atunci când este combinată cu ținte imposibile și un mediu de lucru nefavorabil sau cu presiune ridicată, ceea ce duce la auto-exploatare, stres și epuizare.



Nesiguranța muncii: Nivelul de nesiguranță a muncii variază în funcție de țară și este influențat de legislație, condițiile pieței muncii și de poziția companiilor în lanțul valoric global. Angajarea în câmpul muncii este mai sigură acolo unde există un deficit de angajați de birou calificați.



Tehnologii noi și cerințe în schimbare: Utilizarea noilor tehnologii subliniază necesitatea perfecționării și recalificării angajaților de birou. Sunt necesare aranjamente care să permită angajaților de birou să țină pasul cu noile cerințe și să îi ajute să se adapteze la cerințele în schimbare ale locurilor de muncă.

Rețineți: Pentru orice companie, trebuie să aflați chiar de la angajați care sunt problemele care îi afectează cel mai mult!

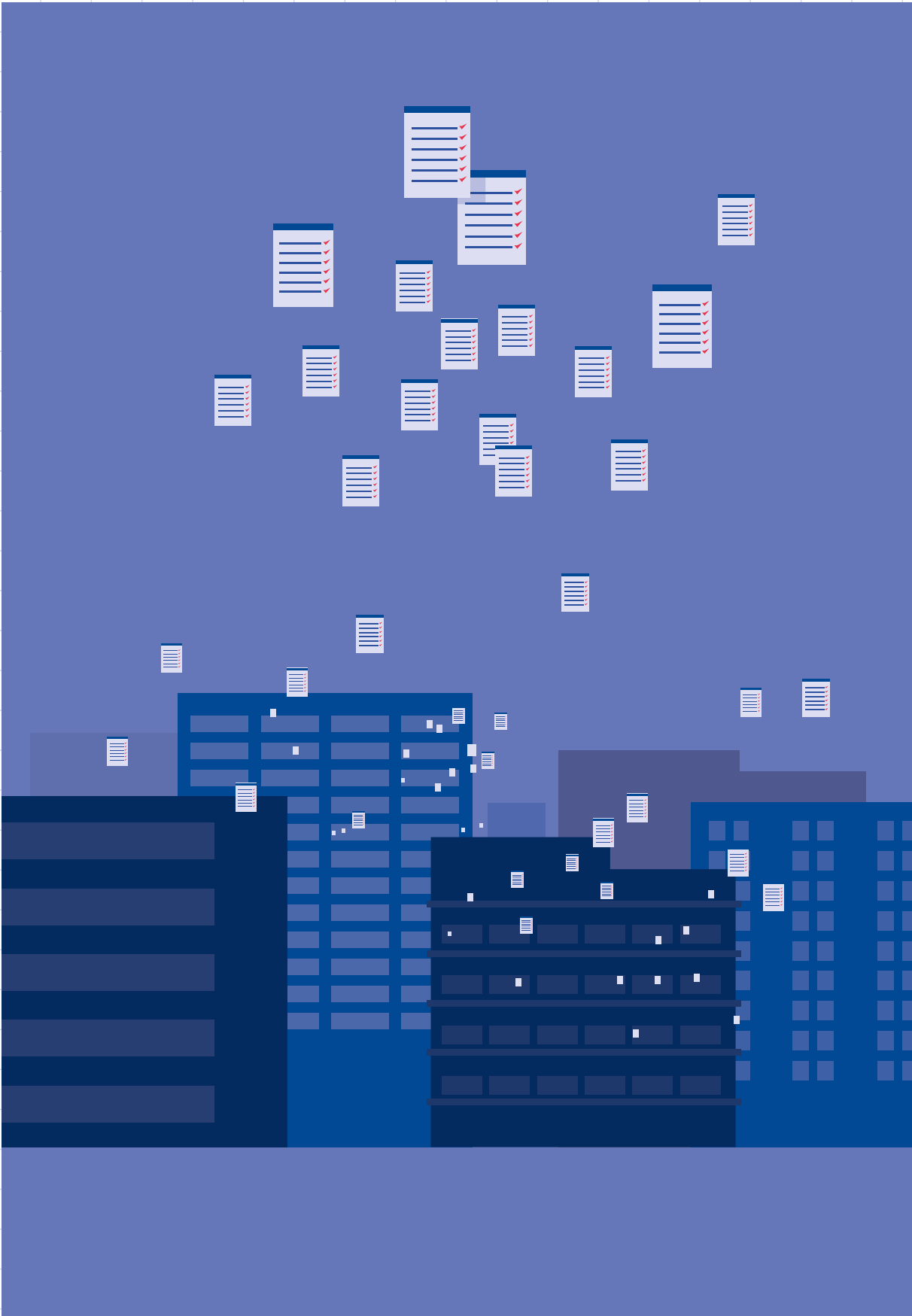
Problema ar putea fi orice de la salarii stagnante și beneficii limitate până la condiții proaste de muncă, sarcini grele, instrucțiuni neclare și lipsă de respect. Nu uitați că nu orice problemă este „spinoasă”, adică subiectul potrivit pentru o companie de organizare. Folosiți această listă de verificare pentru a vă evalua problema. Nu renunțați la problemă dacă nu îndeplinește toate cerințele. În schimb, folosiți lista de verificare pentru a identifica unde sunt punctele-slabe ale problemei și gândiți-vă ce puteți face și cum o puteți încadra pentru a îndeplini cerințele. Nu vă fie teamă să încercați acest exercițiu cu mai multe probleme pentru a o identifica pe cea mai spinoasă.

Mai multe despre problemele care afectează angajații de birou în secțiunile 4.4 și 4.5 din raportul principal.

Listă de verificare pentru selectarea unei probleme

Această listă de verificare vă ajută să alegeți problema potrivită pentru a construi o campanie de organizare puternică. Iată ce face ca o problemă să fie spinoasă:

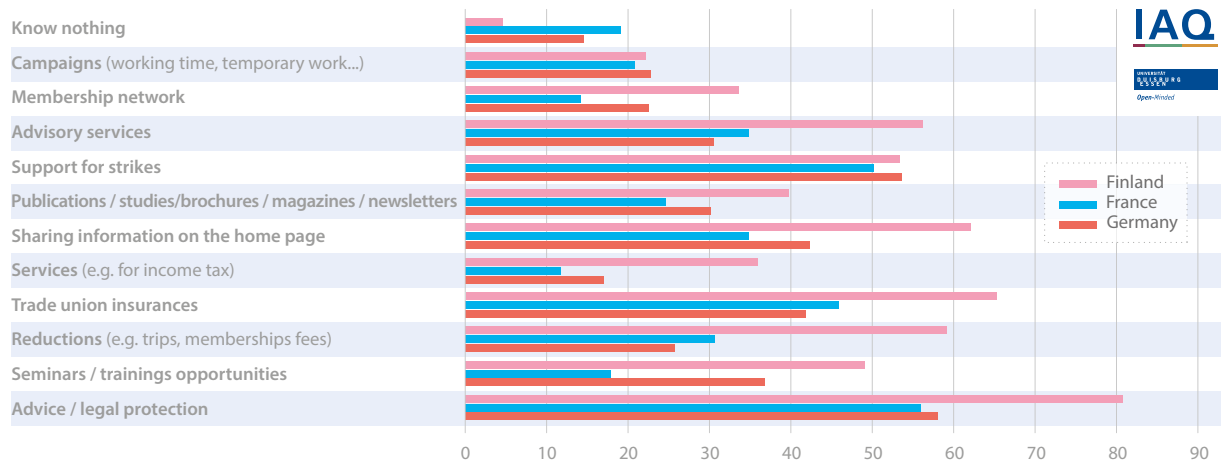
- Resimțită pe scară largă:** Afectează un procent semnificativ din forța de muncă, nu doar un grup redus.
- Profund resimțită:** Ceva de care angajaților le pasă cu adevărat și sunt motivați să abordeze.
- Justificată:** Există potențial real de a obține progres.
- Merită efortul:** Câștigurile potențiale justifică timpul și energia investite în campanie.
- Progres real:** Rezultă într-o schimbare pozitivă semnificativă pentru angajați.
- Inspiră:** Motivează membrii și îi menține implicați pe parcursul campaniei.
- Putere angajaților:** Se concentrează pe probleme în care acțiunea colectivă – nu doar strategiile juridice – reprezintă cheia succesului.
- Ușor de înțeles:** Cerințe clare și simple, care reprezintă o cauză comună pentru toată lumea.
- Mesaj pentru management:** Transmite un mesaj puternic despre disponibilitatea angajaților de a lupta pentru drepturile lor.
- Cronologie clară:** Interval de timp realist, care permite pregătire și acțiune fără pierdere de elan.
- Consensual:** Evită crearea de privilegii pentru anumite grupuri de angajați sau să ia de la unii pentru a le oferi altora.
- Dezvoltarea abilităților de conducere:** Oferă oportunități membrilor de a-și asuma roluri active și de a-și dezvolta abilități de conducere.
- Următorii pași:** Pregătește terenul pentru viitoarele campanii sindicale cu o bază mai puternică.
- Suport comunitar:** Apelează la comunitate și se aliniază intereselor acesteia.
- Solidaritate sindicală:** Se conectează cu luptele sindicale ale altor sindicate pentru un impact mai larg.



Atragerea în sindicat a angajaților de birou

Potrivit cercetării noastre, angajații de birou caută adesea servicii sindicale care să îi ajute să-și gestioneze viața profesională și să le garanteze respectarea drepturilor. Acestea pot include servicii de consiliere individuală în probleme precum protecția fiscală și juridică, precum și sprijin în litigiile individuale cu angajatorul. Graficul de mai jos prezintă tipurile de servicii cele mai căutate de angajații de birou din unele țări europene.

BEREP Survey. Attractiveness of services and support offered by trade unions



Haipeter / Kalina / Kümmerling / Resenbohm - BEREP Final Conference, September 2024.

GPA Austria și IGBCE Germania: satisfacerea nevoilor și așteptărilor angajaților de birou

GPA, sindicatul din Austria care reprezintă angajații de birou dintr-o gamă largă de sectoare, a lansat diverse instrumente și resurse destinate în mod special angajaților de birou. Acestea includ o [pagină web dedicată celor cu contracte de muncă 'globale'](#), comune printre angajații de birou. Site-ul web include întrebări și răspunsuri accesibile și un calculator online gratuit pe care angajații îl pot folosi pentru a se asigura că sunt remunerați corect pentru timpul în care lucrează. GPA oferă și informații despre calcularea timpului petrecut în deplasare și a indemnizațiilor, un indice de stres, precum și știri și informații de interes pentru angajații de birou.

În mod similar, IGBCE, un sindicat german care reprezintă atât angajații de birou cât și lucrătorii manuali din sectorul chimic, oferă un manual dedicat cu privire la legislația muncii pentru angajații de birou, astfel încât aceștia să poată găsi cu ușurință informații direct relevante pentru situația lor.

Cum se planifică o campanie?

Ce este o campanie?

O campanie este un efort planificat și coordonat de către sindicat pentru a atinge un obiectiv specific și, implicit, pentru a consolida sindicatul prin recrutarea și activarea mai multor membri. Când lucrătorii câștigă, aceasta demonstrează și altor lucrători puterea sindicatului. Acest lucru duce la un ciclu virtuos în care o victorie creează elan pentru următoarea campanie, mai multă creștere și o nouă victorie. Dar pentru a obține un câștig clar pentru lucrători, trebuie să începeți prin a identifica obiectivul. Acesta este motivul pentru care folosim așa-numitele obiective SMART.

Ce sunt obiectivele SMART?

Folosiți informațiile pe care le-ați obținut în urma cunoașterii grupului-țintă pentru a crea o campanie concentrată pe organizarea și activarea angajaților de birou. Campania ar trebui să fie informată de cercetarea dvs., dar stabilită chiar de lucrători prin discuțiile organizatorilor cu aceștia. Mai multe informații despre acest proces găsiți în secțiunea „Comunicarea cu angajații de birou”.

Pentru a vă asigura că un obiectiv este atât realizabil, cât și specific, verificați-l în raport cu criteriile SMART. Întrebați-vă dacă obiectivul dvs. este:



Specific: de ex. negociați pentru includerea opțiunilor de lucru la distanță pentru cel puțin 30% din săptămâna de lucru pentru tot personalul de birou și de cercetare și dezvoltare, până la sfârșitul anului viitor.



Măsurabil: de ex. în centrul principal de producție al unei anumite companii creșteți numărul de membri din rândul designerilor de produs și inginerilor cu 200 de persoane, până în al treilea trimestru al acestui an.



Accesibil: de ex. asigurați-vă angajamentul companiei de producție vizate sau dintr-o zonă/sector specific de a stabili un program de dezvoltare a carierei, inclusiv oportunități de perfecționare și recalificare pentru personalul tehnic, în următorii doi ani.



Relevant: de ex. urmărind sprijinul legislativ până la sfârșitul sesiunii legislative, pledați pentru măsuri de protecție sporită a proprietății intelectuale în contractele de muncă pentru personalul de cercetare și dezvoltare din sectorul de producție.



Încadrat în timp: de ex. pentru a evalua condițiile actuale la locul de muncă, efectuați un sondaj de evaluare a satisfacției membrilor angajați de birou, până la sfârșitul primului trimestru. Utilizați constatările pentru a ghida prioritățile de negociere, până în al doilea trimestru.

Cum se scrie un plan de campanie

Acum că ați făcut cercetările și ați identificat obiectivul campaniei, ar trebui să elaborați un plan de campanie. Un plan de campanie: :

- Numește o echipă de oameni care lucrează la campanie (oficiali sindicali, delegați sindicali, activiști sindicali)
- Descompune campania într-o serie de sarcini mai mici
- Organizează sarcinile pe un calendar clar, ținând cont de sărbătorile legale și de evenimentele interne și externe
- Definește cine este responsabil pentru fiecare sarcină, ținând cont de sarcinile de lucru și de calendar
- Stabilește criteriile calitative și/sau cantitative pentru a evalua rezultatul sarcinilor
- Evoluează în timp pe măsură ce campania se dezvoltă și se adaptează ca răspuns la evaluare

Nu uitați: Nici unul dintre membrii echipei nu va putea lucra cu normă întreagă pentru campanie. Rolul delegaților sindicali și al membrilor de sindicat este esențial. Nu îi epuizați punând prea multă presiune asupra lor.

Instruiți-vă echipa-nucleu: delegați, organizatori și activiști sindicali

Sindicatul oferă adesea o gamă de cursuri de instruire pentru delegații sindicali cu privire la modul în care-și pot deservi mai bine membri și reprezenta cu succes lucrătorii. Însă și instruirea privind organizarea și recrutarea este la fel de importantă, dar mai puțin frecventă. [Programul organizațional](#) al industriAll Europe oferă suport și materiale pe care sindicatul le pot folosi pentru a începe instruirea delegaților lor sindicali. Instruirea organizațională acoperă toți pașii unei campanii de organizare, de la

identificarea liderilor echipelor-nucleu și a obiectivelor, trecând prin cercetare, planificarea campaniei, analiza locului de muncă, planificarea activităților lucrătorilor din campanie, comunicarea individuală cu lucrătorii pentru a le afla problemele și a-i implica în acțiuni, tranziția de la acțiuni mici la acțiuni mai mari și până la comunicarea victoriilor și informarea printr-o abordare narativă.

S-ar putea să întâmpinați reticență din partea delegaților sindicali care au deja multe sarcini cu activitatea sindicală existentă. S-ar putea să spună că nu au timp să facă mai mult. Acest lucru poate fi contracarat explicându-le că organizarea înseamnă creșterea sindicatului: mai mulți membri înseamnă mai multe resurse. Mai mult decât atât, abordarea organizațională se referă la pregătirea membrilor astfel încât să facă mai multe ei înșiși, permițându-le să se bazeze mai puțin pe delegații sindicali și pe personal, și mai mult pe puterile proprii. Concentrându-se pe organizarea de la egal la egal, în care membrii preiau conducerea conversațiilor de recrutare, o abordare organizațională nu trebuie să însemne sarcini de lucru foarte crescute pentru delegații sindicali.

Organizatorii principali sunt organizatori profesioniști care lucrează pentru sindicat. Aceștia pot oferi sprijin și coordonare neprețuite pentru organizarea la locul de muncă, în special acolo unde delegații sindicali nu au capacitatea. Rolul lor este de a:

- Conduce și facilita o serie de proiecte organizaționale unice
- Contribui la implementarea și dezvoltarea strategiei organizatorice a sindicatului
- Implementa și dezvolta planuri organizatorice
- Încuraja tot personalul sindical să se implice în organizare
- Oferi instruire în organizare, a dezvolta abilități și tactici organizatorice
- Raporta conducerii și aleșilor despre organizarea campaniilor

Este vital să aveți pe cineva în acest rol, care să conducă agenda de organizare în sindicatul dvs., să aducă expertiza necesară campaniilor și să creeze coerență între proiecte.



Folosirea sondajelor

Sondajele sunt un instrument util pentru a afla ce probleme afectează viața profesională a angajaților de birou și ce doresc aceștia de la sindicat. Ele servesc și drept semnal pentru membri că sindicatul este condus de opiniile și interesele lor. Pentru non-membri, sondajele acționează ca un prim punct de contact cu sindicatul. Pe lângă opiniile non-membrilor despre locul de muncă, veți obține detalii de contact și informații despre lucrători, pe care le puteți folosi pentru a analiza locul de muncă și pentru a contacta potențialii recruți. Uneori, rezultatele vă pot consolida și cazul cu angajatorul, demonstrând forța opiniilor pe o anumită temă.

Sondaje online vs. tipărite

Fiecare format are avantajele sale. Ceea ce alegeți va depinde de dimensiunea și tipul locului de muncă pe care îl organizați. **Sondajele online** sunt mai puțin costisitoare de produs și distribuite. Și informația este mai ușor de colectat și analizat. În cazul angajaților de birou, care sunt mai familiarizați cu comunicarea digitală, aceasta poate fi opțiunea mai potrivită, mai ales dacă forța de muncă lucrează parțial sau integral de la distanță. Dar există și dezavantaje: lucrătorii sunt adesea mai reticenți în a completa sondaje online, deoarece este mai puțin clar cine colectează datele și în ce scop. Mulți pur și simplu nu vor vedea e-mailul. De aceea, este important ca sondajul să fie partajat lucrătorilor prin contact direct, fie o întâlnire față în față, un mesaj personal, sau un apel telefonic. Nu vă bazați niciodată pe e-mail-uri trimise în masă. Sondajele online sunt, de asemenea, mai susceptibile la răspunsuri false și la interferențe din partea șefului.

Sondajele tipărite pot părea demodate, dar încă dețin avantaje reale, în ciuda timpului și banilor implicați în tipărirea, distribuirea și colectarea sondajelor și apoi în înregistrarea rezultatelor. Distribuirea sondajelor tipărite necesită contact față-în-față. Cel mai important lucru despre un sondaj nu este formatul, ci modul în care îl utilizați. Indiferent dacă este digital sau tipărit, un sondaj este un instrument de stabilire a contactului personal cu lucrătorii, de organizare a conversațiilor și de măsurare a interesului acestora față de campanie (mai multe detalii în secțiunea

Pentru modul în care
sindicatul utilizează
sondajele, consultați
secțiunile 5.4.5 și 5.4.6
din raportul principal.

următoare). Folosirea unui sondaj tipărit poate încuraja membrii și activiștii dvs. să aibă aceste interacțiuni atunci când difuzați sondajul, spre deosebire de a vă baza pe un format digital distribuit de biroul sindicatului. Un sondaj este un instrument de organizare a lucrătorilor, nu un exercițiu de cercetare.

Sunteți îngrijorați de protecția datelor? Nu fiți:

Consultați [ghidul privind RGPD al industriAll Europe](#).

Urmând câțiva pași simpli, veți proteja datele sindicatului și ale lucrătorilor.

Acesta este un exemplu de sondaj bun: este scurt și ușor de completat. Ea clarifică cererile sindicatului. Acesta colectează date-cheie despre lucrător.

Cum folosesc sindicatele sondajele și chestionarele

În **Polonia**, la inițiativa delegaților sindicali, sindicatul lucrătorilor din industrie FZZMiH, afiliat la OPZZ, a organizat sondaje pentru angajați într-o filială a unei companii multinaționale. În acest sondaj, angajații au fost întrebați despre preferințele lor pentru creșterea salariilor.

Sindicatul francez CGT folosește sondaje și pentru a afla mai multe despre condițiile de muncă și a identifica aspectele care generează îngrijorare. Utilizarea unor astfel de sondaje a ajutat sindicatul să recunoască felul în care condițiile de muncă ale angajaților de birou s-au schimbat semnificativ. De exemplu, au devenit conștienți de faptul că nivelurile de personal au fost reduse, ceea ce a dus la creșterea volumului de muncă și la niveluri mai mari de stres.

ÎNTREBĂRI CU O SINGURĂ OPȚIUNE DE RĂSPUNS

ÎNTREBĂRI CU OPȚIUNI MULTIPLE DE RĂSPUNS

IMPLICAȚII MAI MULTE PERSOANE

**Our Union at Company X
PAY SURVEY 2024**

Unite is our union at Company X. We are running a pay survey and want to know what your main concerns are for our 2024 pay claim. Please take the time to give us your views. This will be treated in strict confidence and not seen by management.

1. My pay is (please tick one): Fantastic Good Could be better Bad
2. Have you ever found it hard to make ends meet? Yes No
3. Please rank the following issues from one to five (1 being most important, 5 being least important):
 - Inflation + pay rise
 - More holiday
 - Better night shift payment
 - Improvement to sick pay
 - Improved canteen facilities
4. Do you think our union reps should have more time granted by the company to campaign for you? Yes No
5. Is it important for you to see more temps made permanent? Yes No
6. Is there anything else you would like to see included in this year's pay claim?
.....

5. I am a member of Unite? Yes No

6. I want to get more involved with my union at Company X? Yes No

Name Shift

Mobile Email

Please keep me in touch about Unite the Union & this campaign by phone email

This survey and your personal details will be kept confidential by Unite the Union. The results will be submitted to [company] only and will be retained by Unite for the duration of the [name of campaign] campaign and associated issues. Unite the Union's full up-to-date privacy policy can be found at www.uniteunion.org/privacypolicy

Comunicarea cu angajații de birou

Cea mai eficientă modalitate de a contacta angajații de birou este prezența la locul de muncă. Conform cercetării noastre, angajații de birou observă și apreciază prezența fizică a sindicatului la locurile de muncă. Piatra de temelie a campaniei dvs. este conversația 1-la-1. Aceasta este o conversație structurată între organizator (fie personalul sindical, un delegat sau un activist de la locul de muncă) și lucrător. Scopul acestor conversații este de a:

- Afla care sunt grijile și problemele lucrătorilor.
- Evalua interesul lor de a intra în sindicat și ce probleme îi activează.
- Obține informații despre locul de muncă, referitoare de ex. la angajați, structura locului de muncă și atitudinile și sentimentele lucrătorilor față de șef și sindicat.
- Cere lucrătorului să îndeplinească o sarcină mărunță, de ex. să vorbească cu alți câțiva lucrători, să-i aducă la următoarea adunare, să afle informații specifice sau să distribuie pliante altor colegi. Astfel este testat angajamentul lor și se creează sentimentul de implicare.

Abordarea 70:30

Abordarea 70:30 înseamnă că, într-o conversație strategică cu un lucrător, organizatorii și delegații sindicali își petrec 70% din timp ascultând și 30% vorbind. Folosiți ascultarea activă și întrebările strategice pentru a înțelege preocupările lucrătorilor. Este important să respectați opinia lucrătorului și să evitați cearta. Scopul este ca, la sfârșitul conversației, să se ajungă la un acord. Ascultarea activă înseamnă să vă concentrați complet, să înțelegeți, să răspundeți și să vă amintiți ceea ce spune interlocutorul.

Exemplu de ascultare activă:

Lucrător: „Am fost foarte stresat pentru că volumul de muncă a crescut, dar echipa noastră nu a crescut. Conducerii nu pare să îi pese de starea noastră de bine.”

Organizatorul sindical: „Se pare că te simți copleșit de volumul de muncă crescut și simți că managementul nu răspunde nevoilor echipei tale. Îmi poți spune mai multe despre cum vă afectează acest lucru pe dvs. și pe colegii dvs.?”

În acest exemplu, organizatorul sindical folosește ascultarea activă:

1. Parafrazând îngrijorările lucrătorului, pentru a demonstra că îl înțelege.
2. Adresând o întrebare deschisă, pentru a încuraja lucrătorul să împărtășească mai multe detalii.
3. Demonstrând empatie și validând sentimentele lucrătorului.

Folosirea rețelelor de socializare

Rețelele sociale pot fi un instrument util pentru creșterea vizibilității și pentru a ajunge la anumite grupuri de lucrători. Rețineți că fiecare platformă de socializare servește scopuri și audiențe diferite și nu fiecare platformă este la fel de potrivită pentru a ajunge la angajații de birou. În timp ce TikTok și Instagram pot fi utile pentru a contacta studenții și lucrătorii mai tineri, LinkedIn poate fi mai potrivit pentru a oferi informații profesionale pe anumite subiecte. Ați putea să îi întrebați pe membrii sindicatului dvs. care consideră ei că este cea mai bună modalitate și platformă de a contacta angajații de birou.

Pe LinkedIn puteți crea o pagină dedicată campaniei dvs., în care ar trebui să postați actualizări regulate, cu accent pe succesele sindicatului, în campanie și mai extins. Interacționați direct cu persoanele care își exprimă interesul prin mesaje personalizate, oferind informații mai detaliate și invitații de a se alătura sindicatului. Interacțiunea consecventă, combinată cu conținut valoros și persuasiv, va ajuta la construirea unei prezențe puternice de recrutare pe LinkedIn. Și rețineți: reveniți întotdeauna asupra comunicărilor care au fost inițiate.

Campaniile care nu părăsesc niciodată spațiul digital nu vor avea niciodată același efect pozitiv asupra îmbunătățirii condițiilor de muncă și a salariilor, ca și campaniile la locul de muncă. Prezența fizică și interacțiunile directe – posibile și de la distanță – construiesc încredere și comunitate, mobilizează efectiv lucrătorii și exercită presiuni asupra angajatorilor.

Cum folosesc sindicatele rețelele de socializare

Un exemplu de campanie digitală de succes vine de la sindicatul finlandez al lucrătorilor industriali **Teollisuusliitto din Finlanda**. Acesta a avut drept scop aplicarea contractului colectiv în sectoarele media și al imprimeriilor. Desfășurată integral de la distanță din cauza distanțării sociale din criza Covid, campania a folosit instrumente și platforme digitale pentru comunicare și organizare. Tacticile de implicare au inclus sondaje și petiții online și delegații la angajator pentru a dezvolta puterea colectivă.

Până în mai 2020, echipa a identificat și testat 53 de lideri la locul de muncă, și-a asigurat un angajament cu 85% din lucrători pentru petiția de negociere colectivă, a înființat comitete de organizare gata de acțiune și a ales primii administratori. Rezultatele semnificative obținute până în toamna anului 2020 au inclus o densitate sindicală de 70%, 60 de membri noi, 90% implicare a lucrătorilor în acțiuni și semnarea de către angajator a contractului colectiv sectorial și recunoașterea delegaților sindicali aleși. Succesul campaniei evidențiază eficiența organizării digitale, obținând un angajament substanțial al angajaților și victorii semnificative în negocierile colective, în ciuda provocărilor impuse de comunicarea la distanță. Consultați: <https://news.industriall-europe.eu/p/btup-best-practices>

Sindicatul IT Timișoara (SITT) a folosit rețelele de socializare pentru a mobiliza și a sensibiliza angajații IT din **România**. Campaniile lor se concentrează pe evidențierea problemelor la locul de muncă, promovarea beneficiilor sindicale și organizarea de evenimente. De exemplu, în timpul activităților de recrutare, au folosit cu succes platforme precum Facebook, Twitter și Instagram pentru a împărtăși mărturii de la membri, actualizări despre negocieri și apeluri la acțiune. Această abordare i-a ajutat să ajungă rapid la un public mai larg și să se implice mai eficient cu potențialii membri. Activitățile sindicatului au rezultat într-un contract colectiv sectorial pentru angajații IT din România. Combinând eforturile online și offline, SITT mobilizează cu succes angajații, negociază condiții mai bune și asigură îmbunătățiri de durată ale condițiilor de muncă. Informații suplimentare: <https://sitt.ro/pages/de-ce-sitt/>



Conversații 1-la-1

Conversația 1-la-1 este un dialog structurat, direcționat între organizator și lucrător. Scopul este de a înțelege opiniile lucrătorilor despre viața lor profesională și sindicat și de a-i încuraja să se implice în campanie și să intre în sindicat. Organizatorul poate fi un funcționar sindical, un delegat sindical sau un activist de bază, dar este important ca aceștia să fi fost instruiți și să aibă ocazia să practice astfel de conversații în avans. Folosiți acest model pentru a vă structura conversațiile 1-la-1:

Abordarea în 7-pași pentru conversațiile 1-la-1

Rețineți! Soluția este să ascultați 70% și să vorbiți 30%!

1. Introducere

- Prezentați-vă și explicați pe scurt rolul dvs. în sindicat.
- Explicați motivul abordării.
- Dezvoltați un raport și construiți o relație funcțională.
- Fiți prietenoși și deschiși.

„Sunt aici să mă prezint, ca să știți cine sunt și care este rolul meu în sindicat.”

2. Obțineți informații de bază despre angajat

- Demonstrați interes față de angajat întrebându-l despre jobul și interesele sale.
- Folosiți întrebări deschise și ascultarea activă.

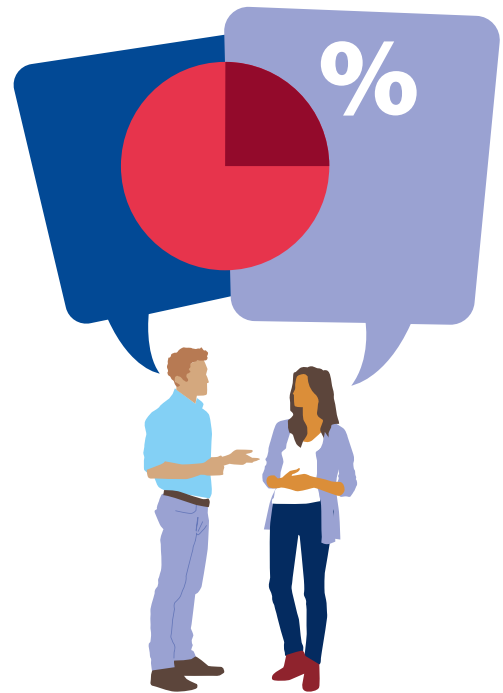
„Cum îți se pare acest loc de muncă?” sau „Ce s-a întâmplat?”

3. Găsiți aspectele problematice

- Aflați care sunt problemele angajatului.
- Adresați întrebări deschise pentru a determina angajatul să vorbească despre problemele sale.

„Cum stau lucrurile aici la serviciu?”

„Ce părere ai despre schimbarea orelor?”



4. Educați angajatul referitor la calitatea de membru sindical

- Vorbiți despre unele dintre succesele pe care membrii sindicatului le-au avut acționând colectiv, cum ar fi negocierea reușită în diverse probleme sau optimizarea condițiilor de angajare.
- Utilizați abordarea „anger-hope-action” („furie-speranță-acțiune”) (vezi mai jos).
- Sugerați cum ar putea fi rezolvată problema lor printr-o abordare colectivă.
- Ascultați activ și răspundeți la întrebările lor.

5. Obțineți acordul lor pentru a demara o acțiune

- Determinați angajatul să facă ceva „sindical” sau să devină membru.
- Această acțiune ar putea include acceptarea de a participa la o întâlnire, semnarea unei petiții, distribuirea unor materiale sindicale sau aderarea la sindicat.
- Țineți la îndemână declarațiile de adeziune.
- Fiți pregătiți pentru obiecții și răspundeți la acestea într-un mod care să îl miște pe angajat.

6. Inoculați

- Cum credeți că va reacționa șeful?
- De ce?
- Aceasta ar putea fi o campanie dificilă, trebuie să fim solidari pentru a rezolva problemele.

7. Încheiați

- Încheiați abordarea într-un mod prietenos, care să permită contacte ulterioare.

„Este grozav că ați decis să vă alăturați sindicatului. Ne vedem săptămâna viitoare.”

Cum transformă sindicatele conversațiile în oportunități

În **Finlanda**, **sindicatul Pro** organizează o campanie anuală în care activiștii sindicali de la nivel regional merg la locurile de muncă și organizează „întâlniri la cafea și prăjituri” pentru angajați, unde oferă informații despre contractele colective și activitatea sindicatului.

În **România**, **sindicaliștii industriALL-BNS** trec în mod regulat prin diferite departamente și vorbesc cu oamenii, fără să știe dacă sunt membri de sindicat sau nu. Sindicaliștii întrebă despre preocupările lor și încearcă să afle dacă au probleme. Dacă există probleme, ei încearcă să ajute la găsirea unei soluții.

Sindicatul **IGBCE din Germania** organizează în mod regulat evenimente pentru a oferi informații angajaților de birou. Din experiența lor, astfel de evenimente sunt o modalitate utilă de a ajunge la angajații de birou, care de obicei nu sunt la îndemâna sindicatului. Ei au descoperit că la astfel de evenimente participă mai mulți oameni decât se așteptau inițial. Dacă luăm ca exemplu compania Bayer, au organizat un eveniment la sediu și se așteptau la o participare de aproximativ 40 de angajați, dar s-au prezentat peste 100. „Un alt exemplu”, a spus un organizator, „a fost la sediul unei companii din landul Hessa, unde nu exista deloc prezență sindicală și care era dominată de angajați de birou. Primul pas acolo a fost un eveniment de informare și nu ne așteptam să vină nimeni, dar au venit 250 de participanți.”

Sveriges Ingenjörer din Suedia se concentrează pe sprijinirea inginerilor de-a lungul carierei lor cu servicii precum consultanță privind negocierea salariilor, coaching de carieră și acces la statistici salariale extinse. Asistența juridică include asistență privind condițiile de angajare, dispute și revizuirea de contracte. Ei oferă și servicii pentru starea de bine a angajaților, cum ar fi seminare despre managementul stresului și resurse pentru menținerea unui echilibru sănătos între muncă și viață privată.

Abordarea „furie-speranță-acțiune”

Abordarea „furie-speranță-acțiune” este o strategie pentru implicarea și mobilizarea eficientă a angajaților, valorificându-le emoțiile și îndreptându-i către acțiune colectivă. Furia este generată prin evidențierea provocărilor precum volumul mare de muncă, stresul, sarcinile neclare și lipsa dreptului la deconectare, provocând astfel un răspuns emoțional puternic. Această furie mobilizează angajații, făcându-i conștienți de nevoia urgentă de schimbare. Speranța este apoi insuflată prin prezentarea unei viziuni clare a ceea ce pot realiza prin acțiune colectivă. Această combinație de furie și speranță ar trebui apoi direcționată către acțiunea pe care angajatul o poate întreprinde (să se înscrie în sindicat, să semneze o petiție, să se alăture grevei etc.) pentru a schimba situația.

Există trei etape în comunicarea unui organizator sindical cu un angajat:

1. FURIE:

Întrebați despre probleme precum salariile inechitabile sau condițiile proaste de muncă, pentru a evoca un sentiment de nedreptate și furie.

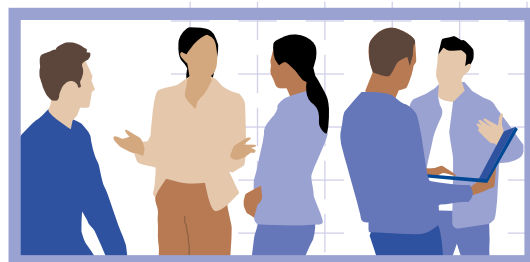


2. SPERANȚĂ:

Oferiți soluții: Prezentați soluții potențiale și împărtășiți povestiri de succes pentru a inspira speranță.



Viziune pozitivă: Comunicați viziunea clară a unui viitor mai bun dacă angajații se solidarizează.



3. ACȚIUNE:

Apel la acțiune: Furnizați pași specifici pe care angajații îi pot face împreună, cum ar fi participarea la întâlniri sau aderarea la sindicat.



Planificarea conversațiilor care implică angajații de birou

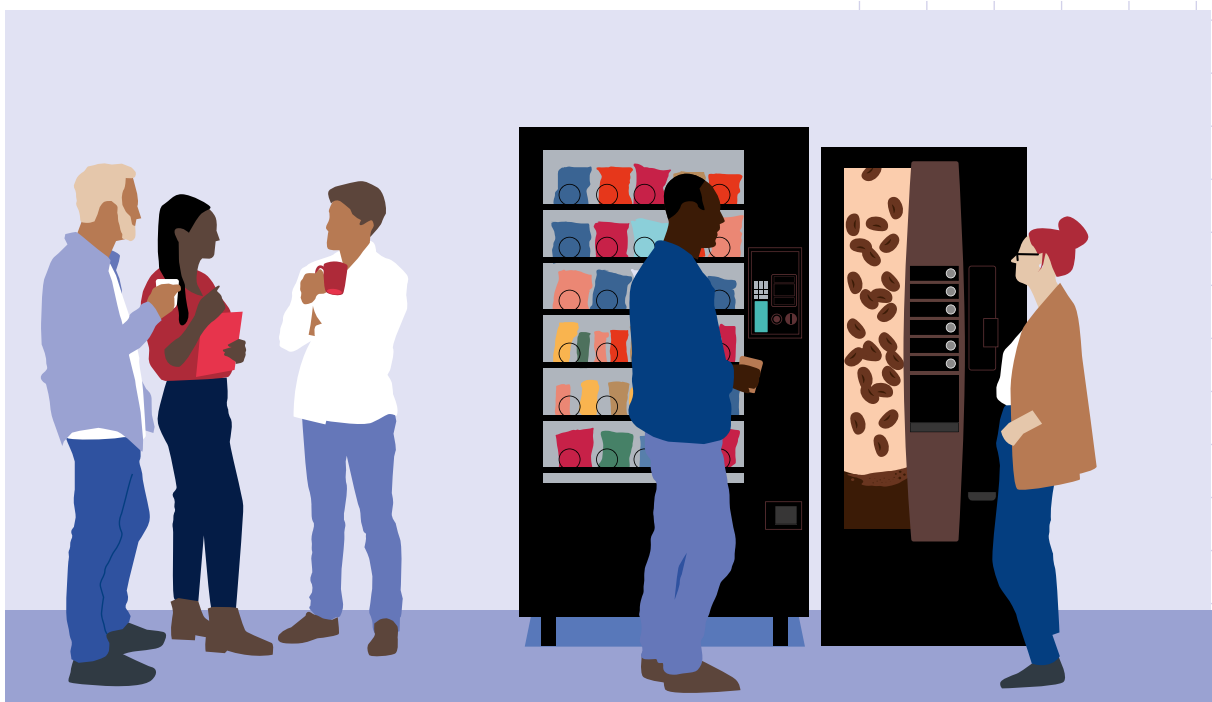
Conform cercetării noastre, mulți angajați de birou caută date și informații generale de încredere. Acest lucru face importantă pregătirea pentru conversații cu fapte și cifre relevante. Acestea ar trebui să fie cuplate cu povestiri de succes, în care angajații de birou sunt protagoniștii succesului lor.

Argumente pentru intrarea într-un sindicat

În conversațiile individuale cu angajații, veți întâlni argumente împotriva aderării la sindicat sau a implicării în campanie. Este important să fiți pregătiți să contraziceți aceste argumente.

Angajații pot fi anxioși sau speriați. Puteți să le depășiți reticența prezentând argumente clare și convingătoare, care să le reorienteze temerile sau anxietățile spre aderarea la sindicat ca soluție pentru preocupările lor. Ideea este întotdeauna că angajații vor fi mai puternici și mai capabili să se protejeze reciproc dacă se unesc. Pentru ca acest lucru să se întâmple, trebuie ca și angajatul reticent să intre în sindicat. Asigurați-vă că activiștii și delegații sindicali care au și astfel de conversații sunt conștienți de tipurile de argumente cu care se pot confrunta. Exersați folosirea acestor contra-argumente cu ei, astfel încât să le poată folosi în propriile conversații 1-la-1.

Acest tabel conține cele mai comune argumente pentru non-implicare și cum le poți contracara. Folosiți-le pentru a vă exersa răspunsurile în conversațiile cu alte persoane din companie.



Argumente

Contra-argumente



*Nu vreau să plătesc o taxă/
taxa este prea mare*

Explicați la ce sunt folosite contribuțiile: avocați, educație, activități anexe.

Calitatea de membru al oricărei asociații costă ceva; dați exemple din viața de zi cu zi în care plătim cu ceva pentru a obține ceva.



*Am o relație bună cu
supervizorul meu*

Este minunat să aveți o relație bună cu supervizorul dvs., dar calitatea de sindicalist oferă protecții și beneficii cruciale care depășesc orice relație individuală. Supervizorii se pot schimba și nu există nicio garanție că următorul va oferi același suport.



*Îmi pot rezolva singur
problemele cu conducerea*

Rezolvarea problemelor prin acțiune individuală poate funcționa uneori, dar apartenența la sindicat oferă putere colectivă, salarii mai bune, siguranța locului de muncă și sprijin constant. Dacă managementul se schimbă, sprijinul sindicatului rămâne puternic. Cu un sindicat, nu sunteți niciodată singur în fața provocărilor – drepturile și beneficiile dvs. sunt întotdeauna protejate de o voce unită.



*Sindicatele sunt pentru
lucrători manuali*

Sindicatele nu sunt doar pentru lucrători manuali; ele oferă sprijin vital și beneficii și pentru angajații de birou. Sindicatele negociază salarii mai bune, asigură protecția locurilor de muncă și lucrul de la distanță și oferă asistență juridică.



Nu am timp

Puteți decide singur cât timp doriți să investiți în asta.

Există sarcini care nu necesită mult timp.

Obținerea unor îmbunătățiri în viața dvs. (cum ar fi salariul și condiții mai bune) necesită adesea o mică investiție de timp, dar merită pe termen lung.



Eu ce obțin din asta?

Explicați ce face/a făcut sindicatul.

Cu cât suntem mai mulți, cu atât devenim mai puternici.



*Mi-e frică/nu vreau să
mă pun în pericol*

Sindicatul este o forță, iar cu dvs. alături, va fi și mai puternic.

Dacă intră mulți în sindicat, pericolul este mai mic și frica dispare.

„Ce nu te omoară te face mai puternic.”

Dacă îi convingeți și pe câțiva dintre colegii dvs. să se alătore, șeful nu vă poate identifica.

Explicați ce va face sindicatul dacă va apărea presiune.

Argumente

Contra-argumente



Sindicatul nu mă poate ajuta, pentru că sunt lucrător temporar/cu contract/independent

Vă vom sprijini și vă vom explica cum se procedează și ce protecții există.

Sindicatul susține contractele de muncă stabile (nicio garanție de succes – nu faceți promisiuni goale).

Codul Muncii e valabil pentru toți angajații. Vă putem ajuta dacă aveți probleme – dați exemple despre ceea ce poate face un sindicat.



Nu vreau probleme cu promovarea/în cariera mea

Există posibilitatea de a fi membru anonim.

Îngrijorarea arată că situația nu este ok și trebuie făcut ceva, iar dacă nu o faceți dvs., cum vă puteți aștepta ca alții să o rezolve pentru dvs.?

Promovarea nu este niciodată garantată; sindicatul poate negocia un contract colectiv de promovare/etape de carieră.



*Mă mai gândesc...
(Este un indiciu al altor
temeri/îndoielii!)*

Cu cât mai repede creștem numărul de membri, cu atât mai repede putem realiza ceva – la ce vreți să vă gândiți?

De cât timp aveți nevoie – când putem vorbi din nou despre asta?

Poate, între timp, ne puteți ajuta în alte feluri.

Oferiți exemple de ceea ce putem face.



Asta nu schimbă nimic până la urmă

Puteți sugera schimbările la care lucrăm.

Oferiți exemple din alte companii/țări.

Cu cât membrii noștri sunt mai uniți, cu atât suntem mai puternici.

Intrați în sindicat și luați parte la negociere/acțiune.



Ce puteți face, până la urmă?

Sindicatul oferă posibilitatea de a negocia la un nivel superior.

Ca grup, avem mai multă putere.

Problemele noastre nu sunt individuale.

Ce puteți rezolva singur? Nimeni nu vă vede când acționați singur.

Argumente

Contra-argumente



O să beneficiaz și fără să devin membru

Ca membru, ați lua parte la succesele noastre.

Călătoriți gratis și cu mijloacele de transport public?

Avantajele de care profităm devin mai mari când suntem mai mulți.

Ce credeți că puteți rezolva singur cu conducerea?



Codul Muncii nu îmi oferă nicio protecție până la urmă

Corect, deci trebuie să colaborăm și, folosind acorduri cu angajatorii, să ne asigurăm toată protecția pe care nu ne-o oferă legea. Dar nimeni nu ne împiedică să cădem de acord în mod bilateral asupra protecției.



Nu este deloc transparent ceea ce face sindicatul/ Președintele nu este niciodată disponibil

Dacă vă alăturați nouă, veți lua parte la decizii și veți obține nu doar informații, ci și oportunitatea de a contribui la formarea acestora.

Vă voi explica ce facem, cum lucrăm și data viitoare voi aduce și materiale.

Sindicatul nu este președintele, noi toți suntem sindicatul. Membrii se susțin doar între ei.

De ce nu veniți la următoarea ședință a comitetului de lucrători?



Sunt prea tânăr

Valorificați timpul pe care îl aveți. Este distractiv, construiți o comunitate, avem nevoie de dvs. pentru a obține o educație și o formare mai bune.



Sunt prea bătrân

Negociem împreună plăți compensatorii în caz de concediere, pensii, protecție pentru lucrătorii în vârstă.

Identificarea liderilor la locul de muncă

Organizarea sindicală înseamnă mai mult decât recrutare. Organizarea sindicală înseamnă formarea la locul de muncă a unor lideri, care să ajungă la alți lucrători și să-i determine să acționeze. Prin acest proces, lucrătorii își dezvoltă propria putere și încredere și învață să se bazeze pe propria lor forță și angajament.

Este mai probabil ca chiar angajații de birou să recruteze și să organizeze alți angajați de birou. De aceea, pentru a crește campania, este important să identificăm și să dezvoltăm lideri naturali la locul de muncă. Un organizator va începe să identifice liderii prin conversații 1-la-1 și apoi prin evaluarea angajamentului lor pe baza unei serii de „mici favoruri” făcute lor în timpul conversațiilor 1-la-1.

Abordarea „o mică favoare”

Atribuiți o sarcină mică, specifică, legată de efortul de organizare. Aceasta ar putea fi dialogul cu unul sau doi colegi sau transmiterea unei petiții sau a unui pliant. Acest lucru ajută la evaluarea angajamentului activiștilor și al potențialilor lideri, și oferă o șansă de interacțiune ulterioară. Urmăriți dacă îndeplinește sarcina în mod fiabil și cu entuziasm. Astfel vă veți da seama care îi este etica muncii și cât de dăruit este față de cauză.

Folosind această abordare, puteți identifica indivizi vocali, respectați, implicați și orientați spre acțiune. Abordarea „o mică favoare” nu numai că identifică potențialii lideri, dar ajută și la evaluarea angajamentului lor, punând bazele unei echipe organizatorice puternice.

De exemplu, pentru un prim contact cu sindicatul, GPA Austria folosește grupuri pe rețelele de socializare pentru a atrage non-membri. Aceste grupuri se bazează pe anumite profesii, cum ar fi ingineri, arhitecți, manageri de proiect, directori etc. Non-membrii care se alătură pot fi apoi abordați cu o mică favoare pe baza unei teme față de care și-au manifestat interesul (de ex. contracte de muncă transparente, salarizare egală, oferte educaționale).

Listă de verificare pentru identificarea liderilor la locul de muncă

Iată o abordare pentru identificarea potențialilor lideri la locul de muncă pentru campania de organizare a sindicatului dvs. Aceștia sunt adesea lideri informali, care îi pot influența pe alții.

Runoaștere formală și informală:

- Recomandat de colegii de lucru:** Căutați recomandări consistente din diferite cercuri sociale din cadrul companiei.
- Implicare comunitară:** Indivizii activi în cauze comunitare demonstrează adesea abilități de conducere și angajament față de justiția socială, ceea ce se aplică bine în organizarea sindicală.

Comunicare și influență:

- Avocați vocali:** Identificați-i pe cei care își exprimă cu ușurință preocupările cu privire la problemele de la locul de muncă și îi inspiră și pe alții să se exprime.
- Respect și încredere:** Căutați persoane care impun respect din partea colegilor lor datorită integrității și eticii lor în muncă.

Implicare și inițiativă:

- Cei care pun întrebări:** Cei care investighează deciziile conducerii și politicile companiei au adesea un spirit critic valoros pentru organizare.
- Organizatori de evenimente sociale:** Cei care iau inițiativa de a reuni oamenii în mod informal se pricep să formeze relații și să genereze sentimentul de comunitate.

Afinitate pentru acțiune și față de sindicat:

- Contact anterior cu sindicatul:** Cei care au contactat deja sindicatul în legătură cu problemele de la locul de muncă demonstrează dorința de a acționa și o înțelegere potențială a beneficiilor sindicale.
- Lideri naturali:** Căutați persoane care preiau conducerea în diverse situații, rezolvă probleme și îi inspiră și pe alții să îi urmeze.

Recrutarea și retenția angajaților de birou

Organizarea nu înseamnă doar obținerea unui număr mai mare de membri. Este o condiție prealabilă pentru succesul negocierilor, deoarece angajații de birou cunosc cel mai bine nevoile și interesele celorlalți angajați de birou. Ei sunt și cei mai capabili să elaboreze noul discurs necesar pentru a-i atrage și pe alții în sindicat. În plus, angajații de birou, cu abilitățile și competențele lor în administrarea afacerilor sau managementul proiectelor, reprezintă și o sursă de expertiză, pe care sindicatele o pot folosi în negocierile cu conducerea.

După cum este stabilit în acest set de instrumente, angajații de birou vor avea propriile interese și probleme, uneori diferite de lucrătorii manuali. Pentru a continua să atrageți și să păstrați angajații de birou ca membri, trebuie acordată o atenție deosebită activării lor în structurile dvs. existente și creării de spațiu pentru ca ei să participe la viața sindicatului. Când sindicatele caută să recruteze angajați de birou, trebuie să fim pregătiți să negociem pentru ei! Acest lucru poate însemna adaptarea sau modificarea structurilor și procedurilor sindicatului dvs. pentru a reprezenta mai bine punctele de vedere ale acestora. Mai jos veți găsi câteva exemple pentru felul în care alte sindicate au reușit acest lucru.

Crearea unei politici de retenție folosind metode organizatorice

Proiectul de retenție Fellesforbundet din Norvegia a vizat membrii cu risc de a părăsi sindicatului, în special pe cei care nu au plătit cotizațiile timp de trei luni. Departamentele locale au fost însărcinate să contacteze acești membri folosind apeluri telefonice și canale digitale. Angajații cu normă întreagă au primit timpul și resursele necesare pentru această sarcină. Drept urmare, 47,7% dintre membrii contactați au rămas în sindicat, 11,8% au fost transferați într-o altă filială sau sindicat, întrucât motivul plecării lor a fost schimbarea locului de muncă, iar 3,7% dintre cei care chiar intenționau să demisioneze au fost convingși să rămână. Lecțiile-cheie învățate din proiectul de retenție Fellesforbundet sunt:

1. Eforturile de retenție au fost cele mai eficiente atunci când au fost gestionate la nivel local, deoarece acest lucru a permis o mai bună înțelegere a provocărilor și contextelor specifice.
2. Pregătirea adecvată și instruirea specială în comunicare pentru angajați au fost esențiale pentru contactarea eficientă a membrilor.
3. Menținerea unei baze de date extinse și precise a membrilor a fost esențială pentru succesul eforturilor de retenție.
4. A fost crucială recunoașterea importanței eforturilor de retenție a conducerii la toate nivelurile, fapt care demonstrează angajamentul prin acțiune.

Conversațiile personale (telefon, față în față) au fost semnificativ mai eficiente în retenția membrilor, comparativ cu comunicarea prin e-mail.

Departamente și comisii pentru angajații de birou

În țările în care angajații de birou sunt reprezentați de același sindicat ca și lucrătorii manuali, unele sindicate au înființat departamente sau comitete separate pentru a continua activitatea. Acest lucru poate menține concentrarea pe organizarea eforturilor din acest grup, poate împărtăși victoriile și poate ajuta la extinderea campaniilor de succes.

Lucrători tineri și studenți

Alții au pus accent pe tinerii lucrători și pe studenți. O proporție mai mare de tineri angajați în industrie intră în locuri de muncă de birou, adesea după ce au urmat cursuri în învățământul superior. Sindicatelor care sunt prezente în campusuri sau care se fac vizibile pentru lucrătorii tineri la întâlnirile introductive sau în loturile inițiale, le este mai ușor să aducă tinerii lucrători în sindicat atunci când intră la locul de muncă.

Abordarea lucrătorilor tineri la începutul carierei

Grupul de tineret al **Federației Sindicale a Lucrătorilor din Industria Chimică Maghiară (VDSZ)** se concentrează pe creșterea numărului de membri tineri și a interesului sindical prin participarea activă la târguri de locuri de muncă și expoziții universitare din Ungaria. Inițiativa informează tinerii despre beneficiile apartenenței la sindicat. Au montat standuri la evenimentele de la târgul de locuri de muncă al Universității de Tehnologie și Economie din Budapesta și al Universității Pannonia din Veszprém. Tinerii reprezentanți ai sindicatelor intră în discuții cu studenții, explică obiectivele sindicatului și evidențiază transparența și dinamismul operațiunilor sindicale.

În **Franța**, **sindicatul CGT** organizează evenimente de informare la locurile de muncă, special pentru angajații de birou mai tineri aflați în primii doi ani de muncă. Acest lucru ajută la informarea noilor angajați despre sindicat și la stabilirea timpurie a contactului.

Angajații de birou și comitetele de întreprindere

În țările în care există comitete de întreprindere, acestea pot fi esențiale pentru campania dvs. Membrii comitetelor de întreprindere sunt adesea lideri naturali de încredere, care trebuie activați pentru a transforma mai mulți angajați de birou în membri. În plus, acești angajați tind să fie subreprezențați în comitetele de întreprindere, ceea ce poate crește percepția în rândul lor că sindicatele nu sunt pentru ei. Folosiți-vă campania pentru a aduce angajați de birou în comitetul de întreprindere și arătați cum poate fi folosită pentru a răspunde solicitărilor acestora.

Folosirea comitetelor de întreprindere ca pe o oportunitate organizatorică

Sindicatul francez CGT subliniază că nu este important doar să fii prezent la locul de muncă, ci să fii în contact real cu oamenii: să asculți, să cunoști problemele de pe teren pentru care este nevoie de pregătire specifică și de ajutor.

Sindicatul spaniol UGT a fost foarte pro-activ în abordarea acestei probleme, încurajându-și filialele să identifice membrii care sunt dispuși să-și asume rolul de reprezentanți și coordonatori pentru tehnicieni și angajații superiori. Tehnicienii și angajații superiori sunt văzuți ca cei mai potriviți pentru a-și asuma acest rol, deoarece se cunosc cel mai bine pe ei înșiși și împărtășesc experiențe și perspective similare cu alți angajați de birou. În 2024, UGT avea aproximativ 400 de astfel de coordonatori la locul de muncă.

Angajatele de birou

O proporție semnificativ mai mare de femei lucrează la birou comparativ cu sectorul lucrătorilor manuali. Deci organizarea angajaților de birou înseamnă într-o măsură mult mai mare și organizarea femeilor. Campania dvs. trebuie să fie sensibilă și deschisă la acele probleme care afectează în special femeile. Nu trebuie să ignorați dimensiunea de gen a experienței angajaților cu locurile lor de muncă. De exemplu, lucrătoarele pot evidenția diferențele în perspectivele de carieră și autonomia muncii între rolurile considerate în mod tradițional pentru femei și cele considerate în mod tradițional pentru bărbați.

Asigurați-vă că femeile sunt implicate în fiecare etapă a campaniei dvs., că opiniile lor sunt reflectate în sondaje și conversații, și că opiniile lor sunt luate în considerare. Creșterea ratei de afiliere a lucrătoarelor îmbunătățește reprezentarea sindicatului, demonstrând angajamentul față de o forță de muncă diversificată și sporind legitimitatea și atractivitatea sindicatului.

Concentrarea eforturilor pe recrutarea femeilor

IG Metall din Germania a depus eforturi semnificative pentru a recruta și păstra membrii de sex feminin. Ei desfășoară campanii țintite care abordează diferența de remunerare dintre femei și bărbați și lucrează pentru crearea unor locuri de muncă mai incluzive. IG Metall oferă oportunități de formare și perfecționare, care sunt deosebit de benefice pentru lucrătoarele care doresc să avanseze în sectorul de producție.



Concluzie și resurse suplimentare

Organizarea sindicală este un maraton, nu un sprint! Acest set de instrumente reprezintă un punct de plecare pentru planificarea și derularea unei campanii organizatorice pentru angajații de birou. Ideile și instrumentele oferite nu sunt exhaustive. Pe măsură ce extindeți organizarea sindicală a angajaților de birou, probabil că veți simți nevoia de sprijin și informații suplimentare. IndustriAll European Trade Union oferă o mulțime de cursuri de formare, resurse și sprijin organizatoric și pentru munca sindicală îndreptată către angajații de birou.

Informații și cercetare

- Acest set de instrumente a fost dezvoltat ca parte a unui proiect mai larg pentru angajații de birou din industrie. Raportul complet, la care se face referire în acest set de instrumente, oferă date aprofundate despre angajații de birou, problemele care îi preocupă și ce fac sindicatele pentru a-i implica și organiza.
- Baza de date privind negocierile colective a industriAll Europe conține informații despre negocierile colective de pe întreg continentul și poate fi căutată în funcție de problemă. Este o resursă de neprețuit pentru a înțelege modul în care alte sindicate abordează problemele cu care vă puteți confrunta în negocieri. Este disponibilă aici: <https://news.industriall-europe.eu/p/collective-bargaining-database>.
- „Beating Global Capital” („Contracurarea capitalului global”) de Tom Juravich oferă o excelentă introducere în cercetarea corporativă.
- „Dirt Diggers Digest Guide to Strategic Corporate Research” (Ghidul Dirt Diggers Digest pentru cercetarea strategică corporativă) oferă ghiduri aprofundate pentru efectuarea cercetării, precum și o multitudine de materiale: [Dirt Diggers Digest Guide to Strategic Corporate Research | Corporate Research Project \(corp-research.org\)](https://corp-research.org).
- [Institutul European al Sindicatelor \(ETUI\)](#) oferă publicații despre cercetarea corporativă și alte probleme relevante.
- Comitetele europene de întreprindere (CEÎ) pot fi utile în sprijinirea organizării. Deși nu au fost concepute ca organisme sindicale, ci mai degrabă ca vehicule de informare și consultare pe o gamă largă de chestiuni transnaționale, este clar că sindicatele joacă un rol crucial în înființarea și funcționarea CEÎ. Acest lucru le face instrumentale pentru construirea de rețele sindicale transfrontaliere și dezvoltarea cooperării strategice, inclusiv organizarea. Baza de date privind politicile companiilor a industriAll Europe este un instrument de sprijinire a

activității sindicale politice la nivel transfrontalier în cadrul companiilor multinaționale din sectoarele acoperite de industriAll Europe. Este disponibilă aici:
<https://agenda.industrialall-europe.eu/ewc-landing-page>.

Resurse organizatorice

- IndustriAll Europe oferă o serie de manuale de organizare, atât despre organizarea generală, cât și în sectoare și circumstanțe specifice. Acestea pot fi găsite aici:
<https://news.industrialall-europe.eu/p/btup-documents>.
- Informații specifice și sfaturi privind organizarea angajaților de birou pot fi găsite aici:
<https://www.industrialall-union.org/organizing-white-collar-workers>.
- Programul „Organizing for Power” (Organizare pentru putere) oferă o serie de resurse neprețuite despre aspectele practice ale derulării unei campanii, disponibile aici:
<https://www.rosalux.de/en/o4p>.
- Resurse excelente despre organizare și sindicate în contextul transformării digitale sunt disponibile aici: <https://www.fes.de/en/themenportal-gewerkschaften-und-gute-arbeit/international-trade-union-policy/trade-unions-in-transformation-40>.



Instruire

IndustriAll Europe oferă asistență pentru dezvoltarea planului organizatoric și de formare pentru implementarea funcționarilor sindicali la locurile de muncă. Odată ce ați decis să deveniți un sindicat organizator, vă rugăm să contactați industriAll Europe.

IndustriAll European Trade Union oferă formare și sprijin personalizate sindicatelor care doresc să se concentreze pe organizarea și consolidarea puterii sindicale prin programul nostru Building Trade Union Growth Path (Traectoria de promovare a creșterii sindicatelor industriale). În timp ce industriAll Europe poate oferi expertiză, formare, consiliere și alte tipuri de sprijin, succesul în organizare necesită timp, implicare și resurse din partea sindicatului. Pentru ca sindicatul dvs. să beneficieze de program, vom colabora cu dvs. pentru a:

1. Revizui politicile de afiliere în organele dvs. de decizie pentru creștere prin recrutarea și retenția sistematică a membrilor, pentru a face din organizarea și dezvoltarea puterii sindicale o prioritate-cheie în organizația dvs.
1. Aloca resursele umane și financiare necesare pentru creșterea numărului de membri.
1. Crește nivelul de acceptare și sprijin față de eforturile de organizare a conducerii sindicale, a organelor de decizie, a funcționarilor și a activiștilor.
1. Recruta și împuternici echipele de organizatori pentru a spori capacitățile de creștere, negocieri colective mai puternice și condiții de muncă mai bune.
1. Dezvolta strategii și instrumente pentru a recruta și organiza mai mulți membri.

Contact

Ildikó Krén

este organizatorul strategic al industriAll Europe. Este bucuroasă să audă de la dvs. despre orice problemă organizatorică.

Poate fi contactată pe:

Mobil: **+32 475 924 893**

E-mail: **ildiko.kren@industriall-europe.eu**

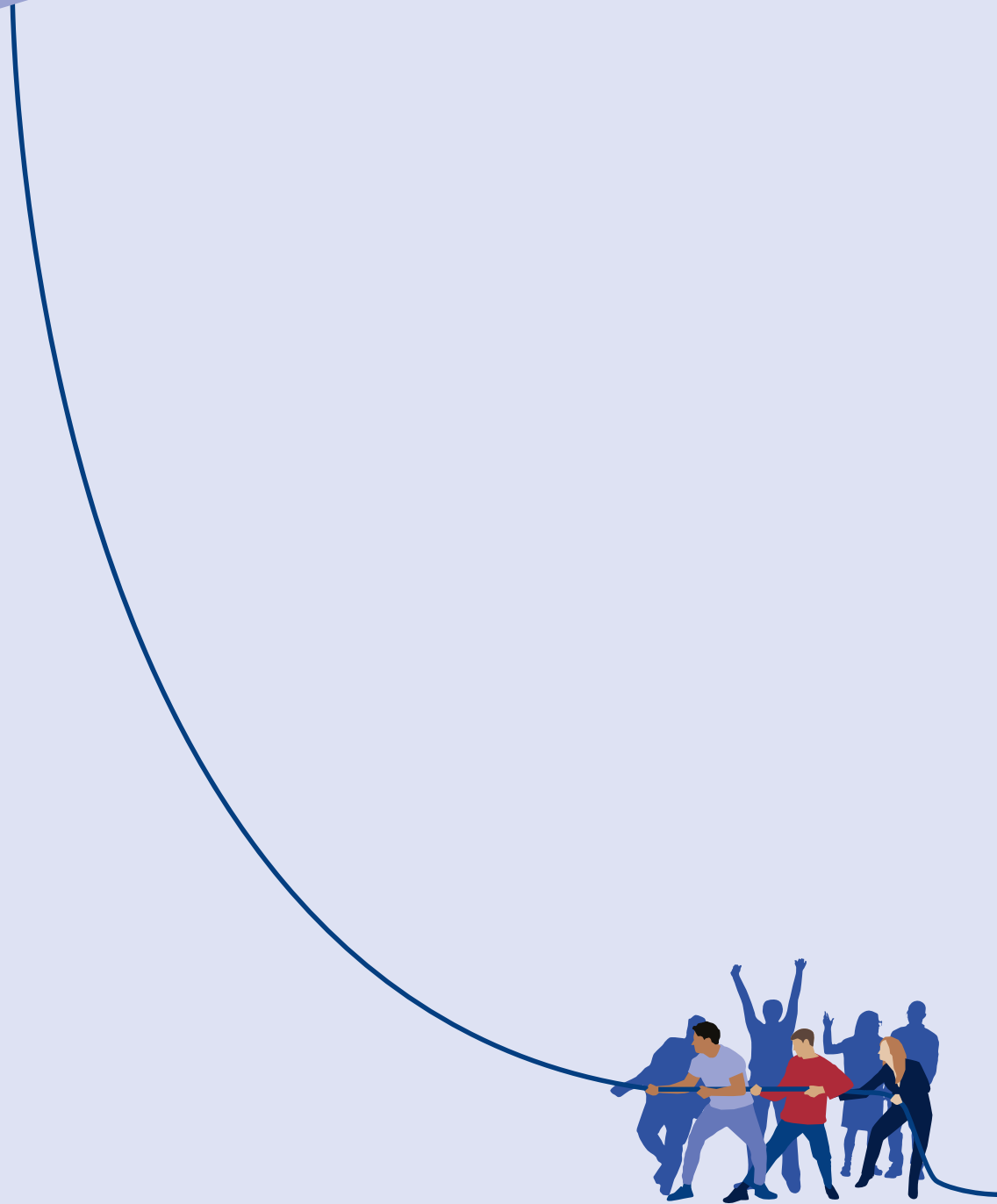
Maike Niggemann

este consilierul politic principal al industriAll Europe, care se ocupă de angajații de birou.

Poate fi contactată pe:

Mobil: **+32 474 981 724**

E-mail: **maike.niggemann@industriall-europe.eu**





 **industrialAll**

www.industrialall-europe.eu

 @industriAll_EU

 @industriAllEU

 @industrial_all_europe