

«АльфаСтрахование» в рамках проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» приняла участие в III Ежегодной конференции «Здоровье. Лояльность. Вовлеченность», организатором которой выступил крупнейший международный страховой брокер Mercer Marsh Benefits.

Конференция стала пространством для общения ведущих профессионалов в сфере HR и C&B (Compensations and Benefits — льготы и компенсации). В ходе мероприятия были представлены результаты новых исследований Mercer Marsh Benefits, организованы панельные дискуссии с участием экспертов, интерактивные выставки проектов, а также проведена совместная работа по поиску решений наиболее актуальных проблем мотивации сотрудников.

Специалисты Mercer Marsh Benefits рассказали о результатах исследования, посвященного здоровью на рабочем месте, в котором приняли участие представители 113 компаний из различных отраслей экономики. Среди практик Workplace Wellness наиболее востребованы следующие тренды: чистая вода и кухонное пространство в офисе (82%), профилактика и раннее выявление заболеваний (65%), программы здорового образа жизни (49%), корпоративный спорт (46%), эмоциональное здоровье сотрудников (31%). За последние три года 87% респондентов реализовали хотя бы одну программу управления здоровьем коллектива, 24% — не менее трех. В 2017 г. четверть опрошенных компаний получили от своего страховщика паспорт здоровья организации: две в автоматическом режиме и шесть по предварительной договоренности.

В 2017 г. 32% компаний проводили дни здоровья, при этом в 78% случаев помощь в проведении оказывал страховщик. Современные провайдеры дают возможность использовать дни здоровья не только для повышения информированности сотрудников, но и для проведения скрининга, получения дополнительной информации о факторах риска коллектива, разработки комплексных программ для дальнейшего внедрения в компании. Кроме того, в 4% компаний были организованы программы по снижению веса и в 60% случаев поддержку в этом им оказывал страховщик.

«Финансовый результат от внедрения Workplace Wellness программ отмечается при их продвижении на постоянной основе на протяжении трех-пяти лет, однако на данный момент Wellness инициативы продвигаются в компаниях как точечные несистемные мероприятия больше развлекательного характера, а результаты и эффективность данных мероприятий никак не измеряются, — говорит Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование». — Тем не менее, сотрудники с высоким статусом Wellness обходятся работодателю на 61% дешевле, на 13% повышается эффективность работы сотрудников, на 38% снижается количество пропусков работы. Поэтому мы считаем Wellness программы перспективным направлением».

Источник: Википедия страхования, 13.11.2017