

13
август

УниКредит Кънсьюмър Файненсинг (УКФ) дари 22 682 лева за децата и младежите, обхванати в програмите на SOS Детски селища България. Средствата бяха събрани от 1 до 30 юни в рамките на кампанията „Заедно събдаваме детски мечти“, като за всеки отпуснат кредит в периода на кампанията УКФ дари по 1 лев на SOS Детски селища България. В кампанията, за същия период, се включиха и верига магазини Зора, които удвоиха сумата на дарението от техните обекти.

Прочети още



Минната общност в България отбеляза с национално честване празника на миньора. Българската минно-геоложка камара беше домакин и организатор на официалното честване, в което участие взеха представители на правителството, на бизнеса, медиите и неправителствени организации. **„Дънди Прешъс Металс Крумовград“** ЕАД получи награда за своята корпоративна социална отговорност. От името на компанията наградата получи изпълнителният директор – д-р инж. Илия Гърков.

Прочети още

17
август

20
август

Най-големият производител на алкохол и вина в България **VP Brands International** обра оваците на международното жури по време на конкурса за високоалкохолни напитки Spirits Selection. Доказани експерти от цял свят посетиха фабриката в Пещера, като част от програмата на престижното състезание, което тази година се проведе в Пловдив от 20-и до 25-и август.

Прочети още



Близко 390 000 лева дарява **Лидл България** чрез най-голямата си социално отговорна инициатива „Ти и Lidl за по-добър живот“ от старта през 2017 г. до момента. Средствата се предоставят за финансиране на проекти на граждански организации и инициативи от цялата страна в четири тематични области. Инициативата се реализира за втора поредна година в партньорство с Фондация „Работилница за граждански инициативи“ и Български дарителски форум.

Прочети още

22
август

17 август

young.LEADERS.talk



„Луфтханза Техник София“ пренесе в света на самолетите стажантите от компаниите-членове на Съвета на жените в бизнеса в България (СЖББ). Компанията бе домакин на поредното събитие от серията young.LEADERS.talk, организирани от СЖББ в рамките на Националната стажантска инициатива. Тяхната цел е да даде възможност на младите хора да се срещнат със своите модели за подражание – от ръководители и топ мениджъри на водещи компании до млади, успешни специалисти и предприемачи, и да почерпят опит от техните лични истории.

По време на посещението си стажантите се запознаха с историята и дейността на компанията. В „Луфтханза Техник София“, която стартира своята дейност преди 11 години с 200 служители, днес работят 1200 души. Компанията се развива с изключително бързи темпове и разполага с осем линии за обслужване на самолети, последните три от които ще приемат и ширококорпусни самолети.

Георги Стамболийски, инспектор по качеството, запозна стажантите с работата на „Луфтханза Техник София“, а именно – линейно и базово обслужване на самолети. **Младите хора бяха изключително впечатлени** да видят на живо как се прави ремонт на самолет и стриктните условия и изисквания, при които става това. Те бяха любопитни да разберат повече за работата в хангарите, но също така задаваха и въпроси като „опасно ли е да използваме телефони по време на полет“ и „защо трябва да вдигаме сенниците при излитане и кацане“.



Георги Стамболийски ги увери, че за компанията най-важна е сигурността, а самолетите сами по себе си са най-сигурният транспорт. Авиационната индустрия се развива дори по-бързо от компютърната и ние сме като хирурзите – трябва да учим всеки ден, за да сме в час с новостите, каза Стамболийски. Той обясни на стажантите и какъв е пътят да станеш авиационен техник в „Луфтханза Техник“ – за задължителното едногодишно обучение, което кандидатите преминават, както и за придобиването на различни степени впоследствие.

Кариерните възможности и отворените позиции, които предлага компанията, бяха представени пред стажантите и от Благовеста Митева от отдел „Човешки ресурси“. Тя подчерта, че „Луфтханза Техник София“ предлага и много възможности за стаж.

22 август

young.LEADERS.talk



Как се прави бизнес в сферата на комуникациите и рекламата, какви промени донесе дигитализацията и защо стажуването е важно и за младите хора, и за компаниите, които ги приемат. Това бяха темите, които бяха обсъждани при гостуването на стажантите от компаниите-членове на Съвета на жените в бизнеса в България (СЖББ) в рекламна агенция The Smarts. Компанията бе домакин на поредното събитие от серията young.LEADERS.talk, организирани от СЖББ в рамките на Националната стажантска инициатива. Тяхната цел е да даде възможност на младите хора да се срещнат със своите модели за подражание – от ръководители и топ мениджъри на водещи компании до млади, успешни специалисти и предприемачи, и да почерпят опит от техните лични истории.

Управляващите партньори на The Smarts Гергана Иванова и Радослав Бимбалов разказаха как преди десет години са предприели смелата крачка да стартират собствена компания, как се оцелява в този бранш и как се става най-добрият. В разговора участва и д-р Александър Христов, партньор и управляващ директор на PR агенцията „Параграф 42“, част от групата на The Smarts „Ние не сме успели хора, а успяващи. Борим се всеки ден, защото сме независими. Най-трудното нещо в България е да си независим“, каза Радослав Бимбалов.

Гергана Иванова посочи три големи успеха, които са постигнали: че 10 години компанията съществува и е успешна, че обхваща общо четири агенции и че са стартирали платформата Praktika. „Решихме, че да споделим нашия опит чрез тази платформа е най-добрият начин да отбележим нашата десета годишнина“, коментира Иванова. Praktika започва като стажантска програма, която „впоследствие се разрасна и се превърна в програма за обучение и вдъхновение за компаниите в целия сектор“.

„За нас стажантската тема е много важна. Стажантите са хора, които изграждаме, за да станат едни от нас“, каза Бимбалов. Той посъветва младите хора да „крадат“ колкото се може повече знания и умения, докато стажуват. „Задавайте въпроси, за нас добрите стажанти са любопитните“, каза още той. И призова младите хора да учат в чужбина, но да се връщат да прилагат наученото в България.

Гергана Иванова благодари на СЖББ за стажантската инициатива и посочи, че в The Smarts има много млади хора, вкл. и стажанти. **„Често ние се учим от стажантите, тъй като те са част от дигиталното поколение. Те са вдъхновение за нас“**, каза Гергана. Тя изтъкна колко важна е дигитализацията в сферата на рекламата и комуникациите, където непрекъснато трябва да си в крак с новостите.



Бизнес уроци, научени от една успешна дама

Всеки бизнес започва с идея, но от това как развивате тази идея, зависи успехът. Тифани Фам, основател и главен изпълнителен директор на платформата Mogul, разказва как е стартирала бизнеса си и какви съвети би дала на тези, които искат да изградят своя компания. Фам създава Mogul като платформа, която дава възможност на жените от цял свят да се свързват помежду си, да споделят информация и знания. Мисията ѝ е да повлияе върху живота на жените, което успява да прави чрез Mogulr пише „Форбс“. Въз основа на нейния опит, могат да се очертаят два начина за създаване на компания:

Заложете на личното си вдъхновение

Тифани била вдъхновена от своята баба, която от най-ранна възраст ѝ внушила, че трябва да се помага на другите. На 14 г. Фам решила да се посвети на създаването на компания, която да помага на жените и да им дава сили да показват най-доброто от себе си. Когато влиза в класацията на „Форбс“ 30 Under 30, Тифани започнала да получава писма от жени от цял свят и тогава ѝ хрумнала идеята за Mogul. Тя искала да създаде платформа, която събира жените, за да споделят знания помежду си, независимо от това къде се намират, образованието им или някакви други фактори.

Имайте големи мечти и ги превърнете в реалност

Голямата идея на Фам била следната: Какво би станало, ако жените, вместо да си споделят съвети само една с друга, го правят чрез платформа, където всеки може да разкаже за предизвикателствата и трудностите, пред които се изправя. Както и идеите и решенията, до които е достигнал. По този начин жените могат да се учат една от друга, а заедно – да имат повече влияние. Тифани се научила да програмира, така че успяла да изгради първата версия на Mogul, която станала възпъщение на голямата ѝ мечта. При това я изградила, докато работела на още две други места. Така че, ако имате мечта, трябва да я превърнете в работеща идея, ако наистина искате да успеете.

След като веднъж ви хрумне бизнес идея, е време да я превърнете в реалност. Ето трите съвета на Фам как да стане това:

Спрете да размишлявате и преминете към действия

Ако имате идея, започнете да работите по нея, независимо дали е перфектна или не. Всъщност, тя никога няма да стане такава – винаги ще намирате начини да я промените или подобрявате. Това обаче едва ли ще има значение, ако не позволите на идеята си да види бял свят. След като това се случи, можете да продължите да работите по нея и да правите подобрения. Позволете на хората да използват или да тестват идеята ви, за да разберете какво трябва да промените или подобрите.

Стигнете до колкото се може повече хора

Не разчитайте само на най-близкото ви обкръжение, достигнете до всички хора, които познавате. Достигнете до моделите ви за подражание и до тези, които са били на вашето място преди вас. Разберете в кои направления на бизнеса ви ще се нуждаете от помощ, след това помислете кой ще е най-правилният човек да ви окаже такава помощ. Ако нямате директен контакт с някой, използвайте познатите си за установяване на такъв.

Фам установила, че най-добрият начин за установяване на такива връзки е следният: предложете помощ и подкрепа в замяна на съвета на съответния човек. Не искайте от него да ви отделя много време – за начало са достатъчни 15 или дори 5 минути разговор по телефона. Не забравяйте, че не всеки ще каже „да“, но някои все пак ще го направят.

Давайте толкова, колкото получавате

Трябва да дадете нещо, за да получите друго в замяна. Когато се нуждаете от помощ, не я търсете без да предлагате такава. Няма значение колко голямо или малко е предложението ви за помощ. Когато сте в началото на пътя си, хората разбират, че не разполагате със същите ресурси като тях и това е в реда на нещата. Подкрепата и съветите са напълно достатъчни, дори когато това, което получавате в замяна, е много повече. Платформата Mogul се основава на тези ценности: „винаги бъди любезен, истински и щедър“.

Магичният свят на обучението на работното място

Алис Нютън-Рекс показва фокуси с карти на екипа си, събран в заседателната зала. Магията по принцип не е част от задълженията ѝ като ръководител в компанията WorldRemit и неопитността ѝ проличава, когато моли колега да си избере карта, да я погледне и да я върне в тестето, което нервно разбърква. Невероятно, но накрая въпросната карта се появява най-отгоре. Най-изненадана изглежда самата Алис, която е тренирала фокуса не повече от няколко минути.

Самият трик тя научава по време на лидерско обучение от компанията **Abracademy**, разказва „Файненшпъл таймс“. Това е **фирма за обучение на ръководен персонал**. От компанията твърдят, че усвояването на „магии“ е подходящ и ценен подход при тиймбилдинги.



Алис Нютън-Рекс е малко скептична преди началото на обучението, но смята, че фокусите са били полезни. „Екипът ни се разви много бързо, така че подобно нещо, което ни изважда извън зоната на комфорт, е много полезно“, казва Алис.

Abracademy е стартъп, създаден през 2015 г. от професионални фокусници и хора с опит в образованието. Алекс Питас, главен „магьосник“, е показвал фокуси на лондонския Камдън маркет, преди да се присъедини към Magic Circle. Педъръм Парасманд, който води обучението в WorldRemit, е преподавал в училище преди да създаде обучителната фирма The Skills Lab.

Сред клиентите на Abracademy са Vodafone, Barclays и Twitter. През миналата година екипите на фирмата са имали обучителни сесии по иновации с над 4 000 служители на HSBC в продължение на 9 месеца.

Abracademy използва идеята за „чудо“, за да помогне на мениджърите да разберат креативното мислене и да подобрят презентационните си умения. Също така използват идеята за „вярване“, за да насърчат служителите, преминаващи през бързи промени, да мислят по-положително за случващото се.

Базираната в Лондон компания е само една от няколко подобни стартъпи, които хвърлят ръкавицата към утвърдените бизнес училища и други подобни обучителни компании.

Последните официални данни сочат, че само във Великобритания университетите генерират 667 млн лири от продължаващо професионално развитие и образование.

Един от проблемите с подобни обучителни курсове като тези, предлагани от Abracademy, е, че е трудно да се измери тяхното значение, коментира Дейвид Аш, директор по качеството в EFMD – институцията, даваща акредитация на бизнес училища. „Проблемът на всички, които предоставят обучение на мениджърско ниво, е да докажат, че услугата, която предлагат, е наистина ценна“, казва той, отбелязвайки, че в края на тези курсове няма изпити. „Бих се тревожил, ако моята компания дава пари за подобни неща“, казва Аш.

Курсовете на Abracademy са насочени към нуждите на всеки клиент и насърчават уменията, които компанията иска нейните служители да усвоят, казва Прия Гай от стартъпа.

Всеки курс се води едновременно от човек, който помага на участниците в процеса на обучение, както и от „магьосник“, който дава идея как работи човешкия мозък. „Комбинирането на тези два подхода помага да се създадат поредица от уоркшопове, които съчетават ангажираност и енергия едновременно. „**Ако успеете наистина да интегрирате този „магичен“ начин на мислене в живота си, ще можете да увеличите креативността си и способността ви да си сътрудничите**“, обяснява Прия Гай.