

JAK NA COWORKING V KORPORÁTU

Tři různé způsoby, jak mohou i velké firmy těžit ze zdánlivě nesourodého setkávání zaměstnanců, freelancerů, entrepreneurů a remote workerů.

Vraťme se zpět v čase do italské Florencie, kde je renesanční rozkvět v plném proudu. Revoluční způsoby zpracování materiálu, designu a filozofických pohledů právě přicházejí na svět v tzv. „bottegas“, ve kterých se scházejí matematici, architekti a anatomové společně s malíři, sochaři a dalšími umělci.

Tyto „bottegas“ můžeme s nadsázkou považovat za prapředky dnešních coworkingů. Mladšími předchůdci jsou pak berlínské hackerspace komunity z 90. let minulého století.

Kolaborativní spolupráce a střet zdánlivě nesourodých profesionálů přinášely ovoce v podobě objevných výsledků napříč historií. Utlizovat tento potenciál chtějí také korporace, které si fenoménu všimly díky rostoucímu úspěchu coworkingů a snaží se ho využít třemi způsoby.

1 OPENHOUSE

Je to víceúčelový prostor, hybrid mezi veřejným coworkingem, kavárnou, concept storem a například fab labem. Pořád se však jedná o prostory patřící korporátnímu majiteli. Například automobilka MINI z koncernu BMW otevřela v Brooklynu prostor zaměřený primárně na design A/D/O.

Jeho součástí je venkovní galerie a startup akcelerační. Korporátních cílů má takovýto prostor více, ale mezi nejpřednější určitě patří budování „hip“ značky a přilákání lokálních designérů.

Na podobném principu je založen HanaHaus společnosti SAP v Palo Alto.



JAROSLAV PŁAVEC

■ spoluzakladatel firmy JuiceUP

COWORKING JAKO
DESIGNOVÉ MÍSTO
V HIPSTER ČTVRTI
S DOSTATKEM
VANILKOVÉHO LATTE
JE POUZE ČÁSTEČNÝ
OBRÁZEK.

2 CAMPSITE

Jak již název napovídá, jedná se o typ coworkingového prostoru, který se stejně jako tábořiště otevře pouze dočasně a za ad hoc účelem. Takové prostory nejsou určeny pro veřejnost.

Míchají se zde zaměstnanci a externí pracovníci, kteří jsou vybráni dle specifických cílů. Může se jednat o tým dodavatele, se kterým zaměstnanci vyvíjejí společný produkt. Nebo zde zaměstnanci spolupracují s týmy od zákazníků, rychle prototypují a testují.

V praxi takto funguje campsite AppHaus v Silicon Valley opět vedený společností SAP, kde jsou sdružení za-

městnanci, zákazníci a lokální startupy, aby testovali zákaznický software.

3 ČLENSTVÍ V CENTRECH

Pravděpodobně nejrozšířenější jsou členství korporátních zaměstnanců ve standardních coworkingových centrech. Největší světová coworkingová síť WeWork udává, že minimálně 30 procent jejich kapacity v současnosti zabírají korporátní klienti.

Proč tam firmy své zaměstnance posílají? Zprvu chtějí přilákat nové zaměstnance a uspokojit jejich zvyšující se požadavky na flexibilitu a možnost pracovat odkudkoli.

Druhým důvodem je pragmatismus. Typické je dočasné umístění různých týmů, které jsou rozestě po celém světě, do jednoho prostoru. Nakopnete jejich týmovou spolupráci a akcelerujete vlekoucí se projekty.

Vzájemné hranice jednotlivých kategorií se stírají. Některé firmy již prvky coworkingu aplikují přímo ve svých HQ. Nicméně pracovní prostředí se skládá z mnoha vrstev, které se prolínají. Design, technologické vybavení, lidské vztahy a organizační struktura se potkávají na jednom místě. Nastavení ideálního mixu může být částečně alchymie, ale hlavně je to poctivá analytická práce včetně promyšleného a robustního change managementu.

Neexistuje jedna univerzální šablona, jak k implementaci coworkingových prvků do korporátní struktury přistoupit. Vždy se musí úvahy odvíjet od celkové firemní vize. ■