



WEBINAR

NIE PESEL, A POTENCJAŁ

O pracy ponad podziałami pokoleniowymi

PROWADZĄCA: PAULINA MAZUR





Paulina Mazur

Konsultantka HR, ekspertka ds. komunikacji międzypokoleniowej, która skrót HR rozwija na human relations.

Organizuje warsztaty, webinary, moderuje prace zespołów, wyklada na studiach podyplomowych i studiach MBA. Dwukrotna zwyciężczyni konferencji I love HR, wielokrotna prelegentka na największych branżowych konferencjach, m.in. I love Marketing, LinkedIn Virtual, Sales Angels, InfoShare, TEDx Warsaw Woman.

Autorka bloga www.paulinamazur.com.

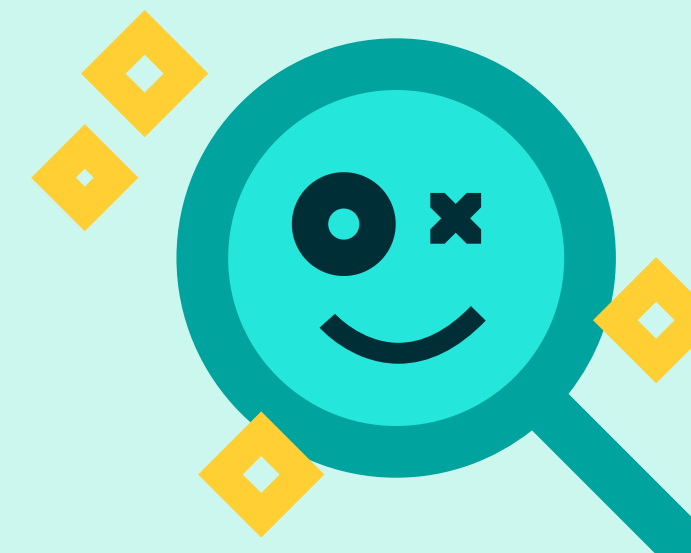


-Nie kocham cię, Steve!

Wolę Michaela...

-Nie zostawiaj mnie,
Manuelo! Nie wrócę
do Kate!

...I jak tu nie zgodzić się
z agumentacją Kanta
wykazującą aprioryczność
form naoczności...

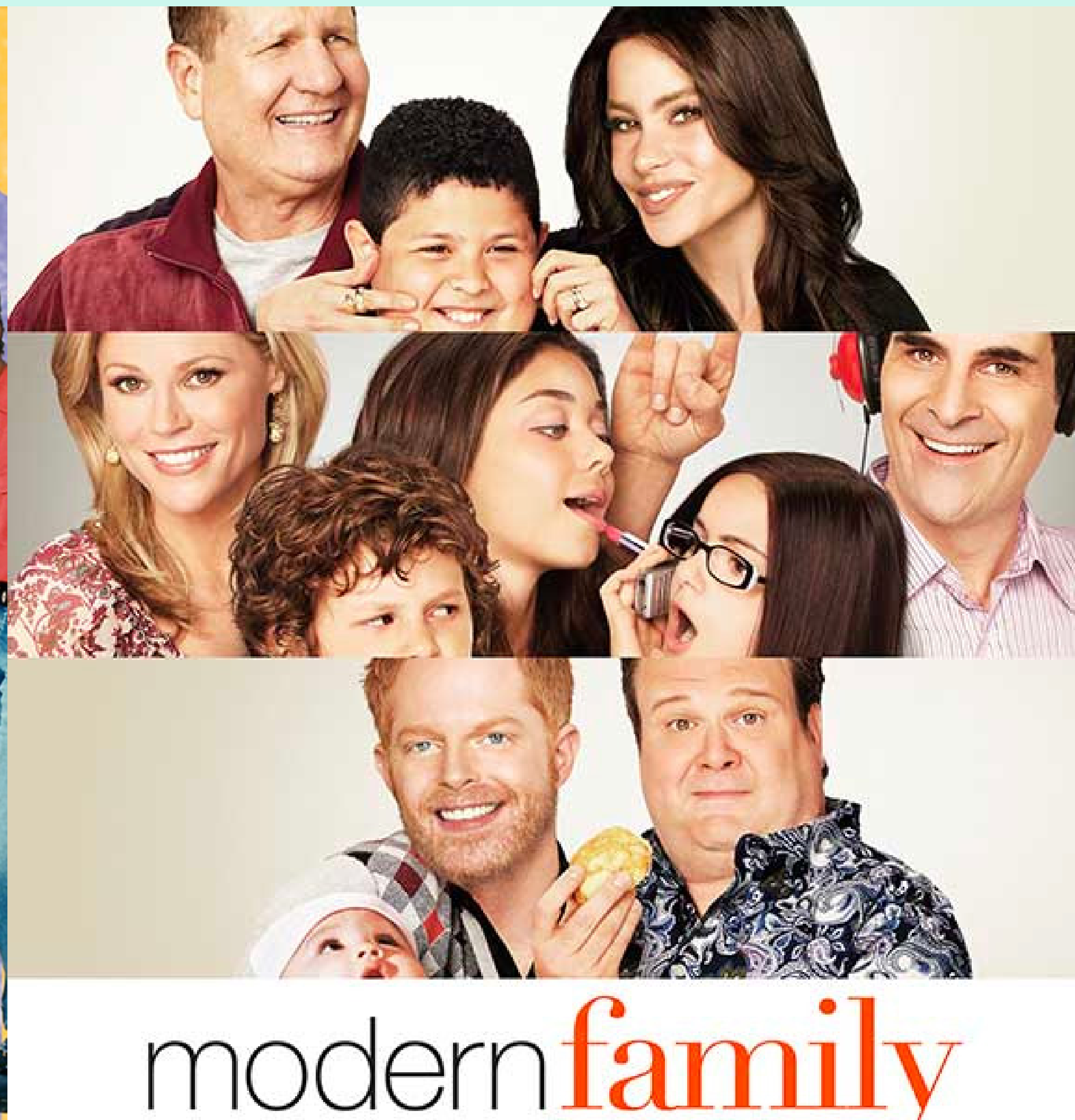
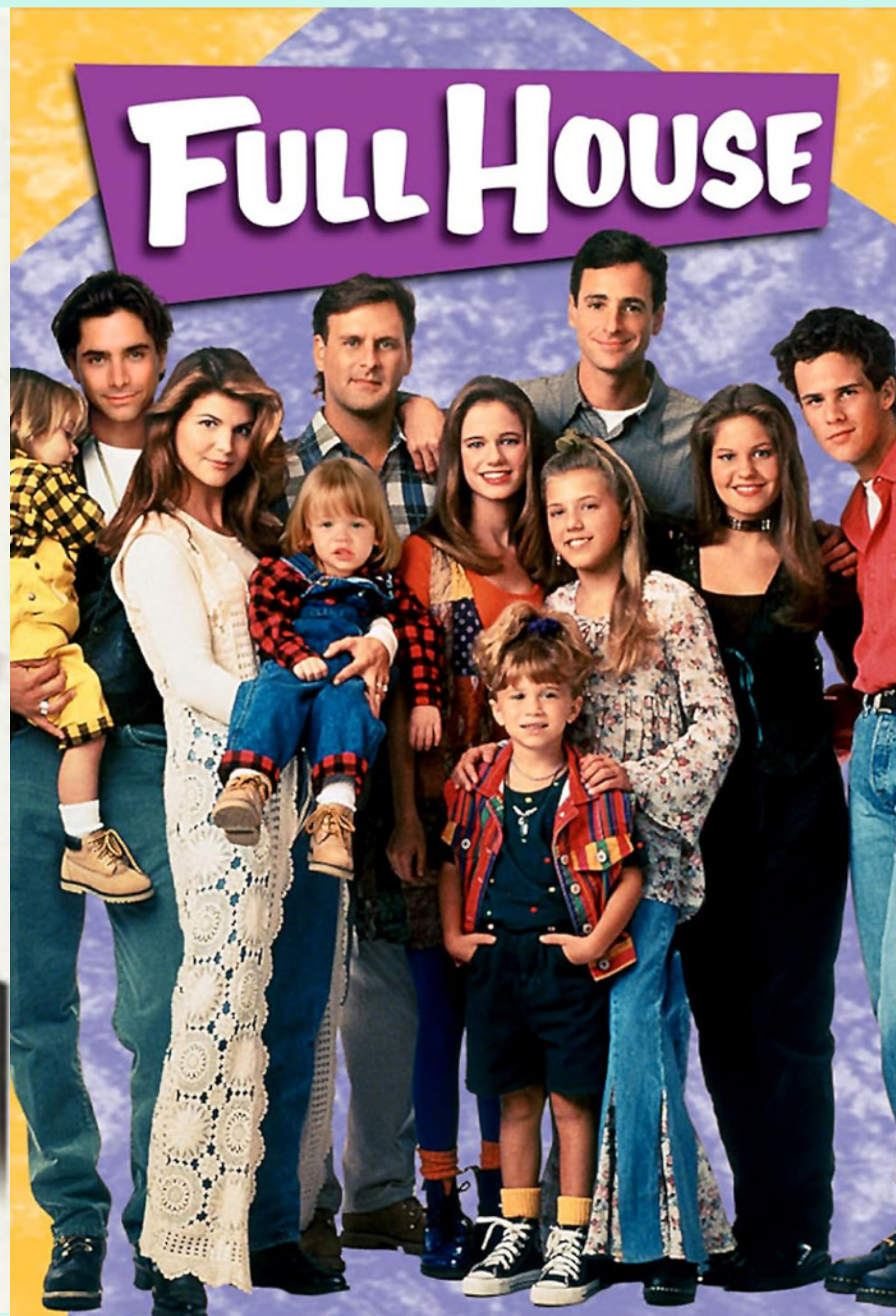


**Po co nam w ogóle
przedziały pokoleniowe?**

**Co oznaczają X, Y, Zetki,
Boomersi?**

**Czy nie prościej byłoby
odrzucić opisy
pokoleń?**

Różni nas spojrzenie na “normalność” i jej zdefiniowanie.



**Ja to w Twoim wieku
już pracowałem**

**A ja w Twoim
wieku będę nadal
pracował**



Jakie te różnice mogą* być?

BB	X	Y	Z
Komunikuję się osobiście lub pisemnie.	Komunikuję się mailowo lub telefonicznie.	Komunikuję się mailem, przez social media.	Piszę smsy, telefonu nie odbieram.
Żyję, żeby pracować.	Zawsze pracowałem/am w nadgodzinach.	Pracuję, żeby używać życia.	Nie chcę, aby praca zniszczyła mi życie.
Szanuję hierarchię i uznaję autorytety.	Znam swoje miejsce w szeregu.	Oczekuję relacji partnerskich, mentoringu, coachingu.	Na mój szacunek musisz sobie zapracować.



Jakie te różnice mogą* być?

BB	X	Y	Z
Komunikuję się osobiście lub pisemnie.	Komunikuję się mailowo lub telefonicznie.	Komunikuję się mailem, przez social media.	Piszę smsy, telefonu nie odbieram.
Żyję, żeby pracować.	Zawsze pracowałem/am w nadgodzinach.	Pracuję, żeby używać życia.	Nie chcę, aby praca zniszczyła mi życie.
Szanuję hierarchię i uznaję autorytety.	Znam swoje miejsce w szeregu.	Oczekuję relacji partnerskich, mentoringu, coachingu.	Na mój szacunek musisz sobie zapracować.



Czy jest możliwe budowanie włączającego środowiska pracy dla wszystkich pokoleń?

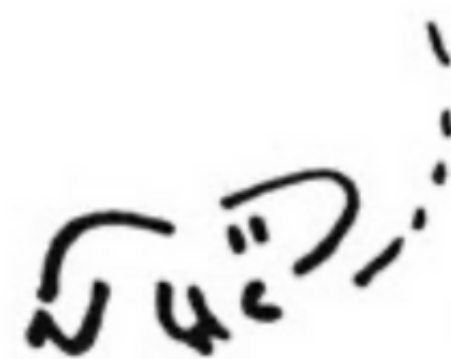
Tak, jeśli będziemy budować na tym, co nas łączy.

Podstawowe potrzeby mamy te same, ale różnie chcemy je realizować.



TATO, DOKĄD
PEŁZNIEMY?

NIE GADAJ
TYLKO PEŁZAJ



rysunek: Sławomir Mrożek

Co mamy podobne?

Potrzeba poczucia
celu i sensu

**„Traktuj pracowników
jak dorosłych.”**

– Patty McCord



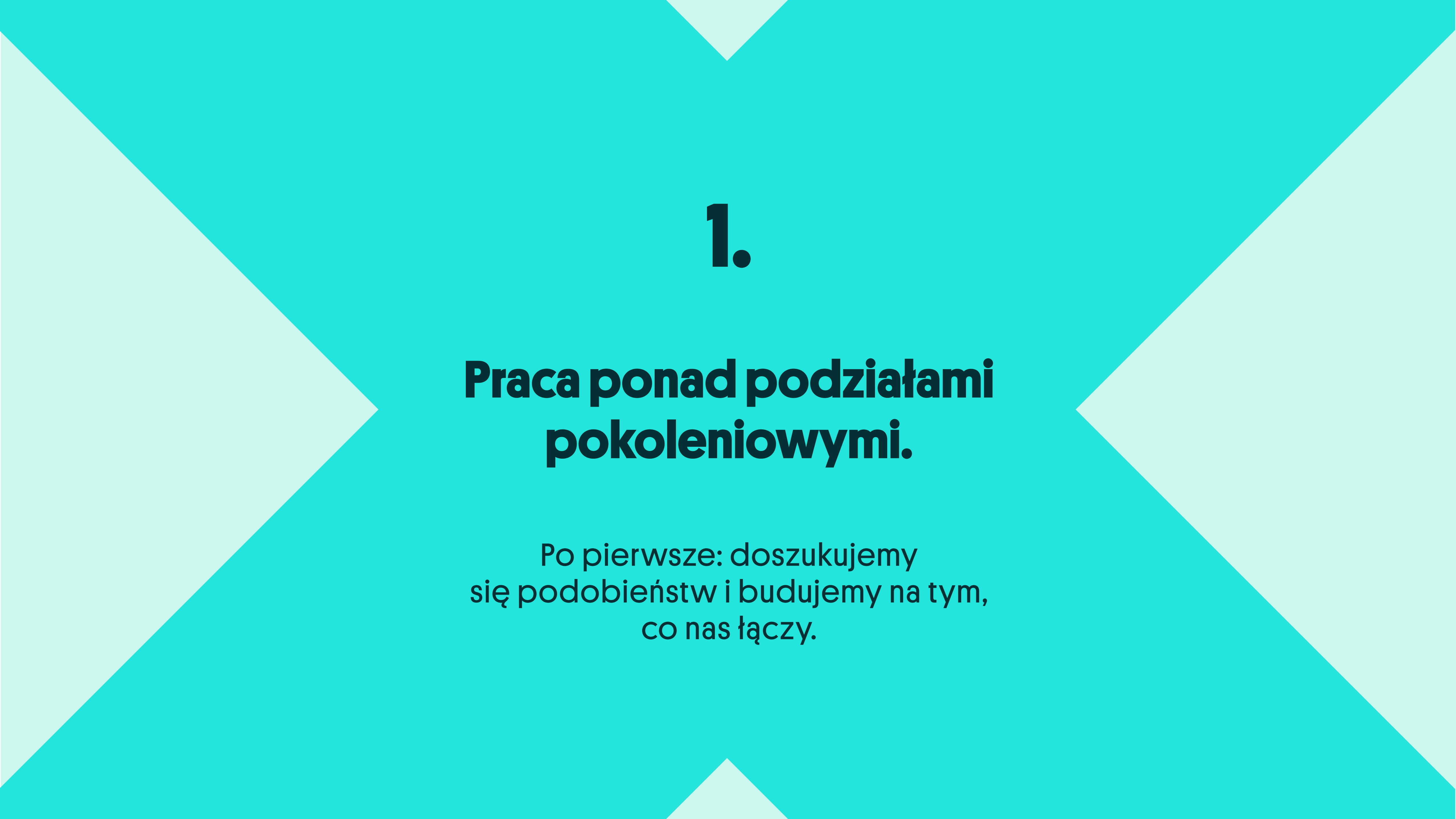
Fot. Devi Pride
[zdjęcie z okładki książki "Powerfull"]



Co mamy podobne?

- Potrzeba poczucia celu i sensu
- Docenienie, zauważenie
- Poczucie bezpieczeństwa
- Zrozumienie celu i roli, jaką odgrywam w procesie
- Poczucie wpływu, znaczenia

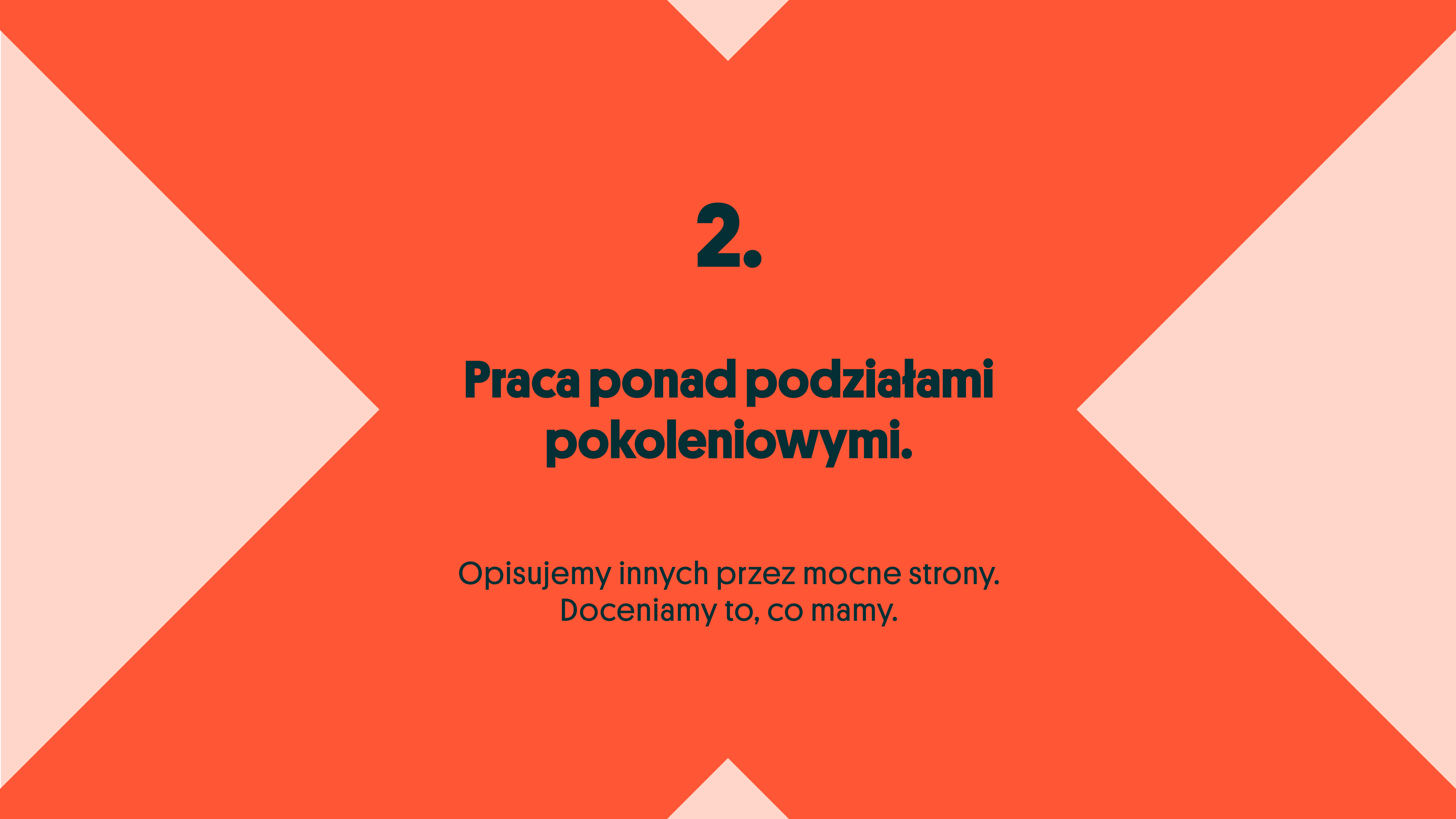
Traktuj pracowników jak dorosłych.



1.

Praca ponad podziałami pokoleniowymi.

Po pierwsze: doszukujemy
się podobieństw i budujemy na tym,
co nas łączy.



2.

Praca ponad podziałami pokoleniowymi.

Opisujemy innych przez mocne strony.
Doceniamy to, co mamy.

**„Nie powiem źle
o nikim, a będę
mówił wszystko
dobre, co wiem
o każdym”**

- Benjamin Franklin





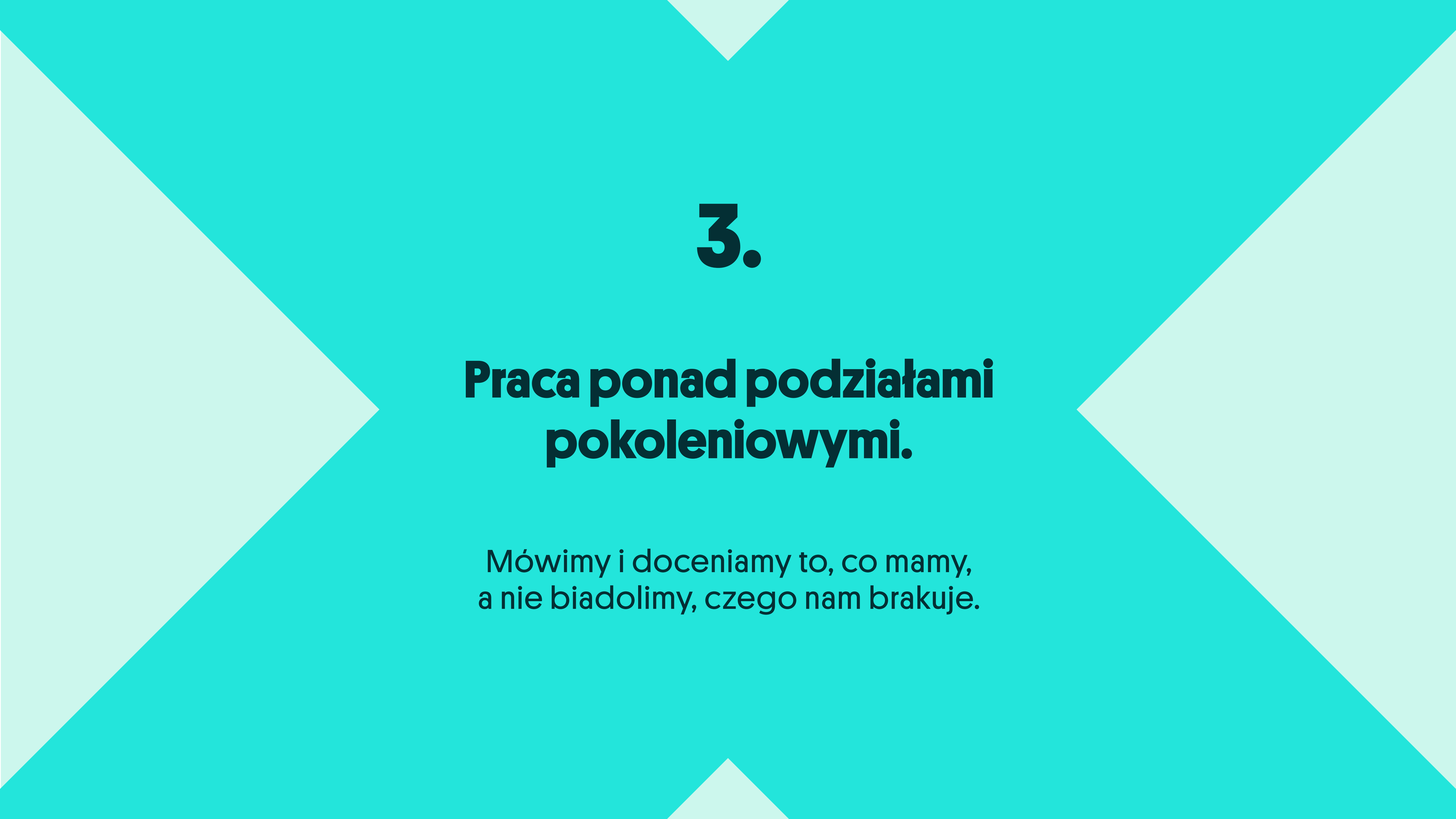
**Jakie mocne strony
widzicie w pokoleniu Z?**



*Moje pokolenie
uruchomi ruch,
który spowoduje
rewolucję!*



*Twoje pokolenie
to nawet kosiarki
do trawy nie
potrafi
uruchomić!*



3.

Praca ponad podziałami pokoleniowymi.

Mówimy i doceniamy to, co mamy,
a nie biadolimy, czego nam brakuje.

Zamiast śledzić trendy, zacznijmy je tworzyć!

Polska potrzebuje milionów imigrantów. Kryzys demograficzny trzeba szybko zażegnać

Polska potrzebuje milionów imigrantów. Kryzys demograficzny trzeba szybko zażegnać. Powinniśmy sprowadzić miliony imigrantów, by zażegnać kryzys...

Jak rekrutować i zatrzymać talenty pokolenia Z

3 paź 2024 — Odkryj, jak przyciągnąć i zatrzymać talenty z pokolenia Z poprzez zrozumienie ich preferencji co do miejsca pracy.

Jak zdobyć młode talenty, które odmienią Twój biznes?

Pokolenie Z na rynku pracy: Jak przyciągnąć i zatrzymać ...

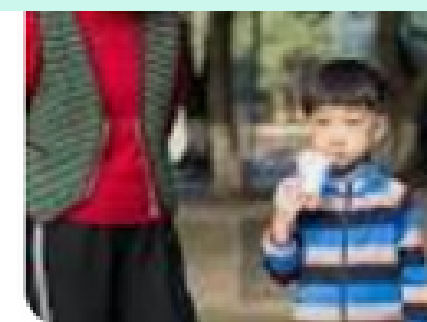
Jak przyciągać młode talenty? Zadbaj o rozpoznawalność marki!

Rozpoznawalna i atrakcyjna marka pracodawcy pozwala przyciągnąć tych najlepszych. W najbardziej konkurencyjnych branżach, takich jak IT czy SSC/BPO, młode ...

Demografia Głupcze. Nadciągające przełamanie demograficzne może oznaczać wielką wojnę

Świat rozwinięty zmaga się z problemami demograficznymi. Zastanawiamy się nad tym, kto zarobi na nasze emerytury, a prostą zastępowalność...

23 mar 2024



Czego boi się pokolenie "ZET"? Portret Zetek, czyli ...

5 sie 2024 — Są ambitni, świadomi, otwarci na różnorodność. Chcą zmieniać świat i tworzyć własne biznesy. Wiedzą, jak „inteligentnie” korzystać z ...

Zamiast narzekać na to, czego nie ma, zacznijmy doceniać to, co mamy!

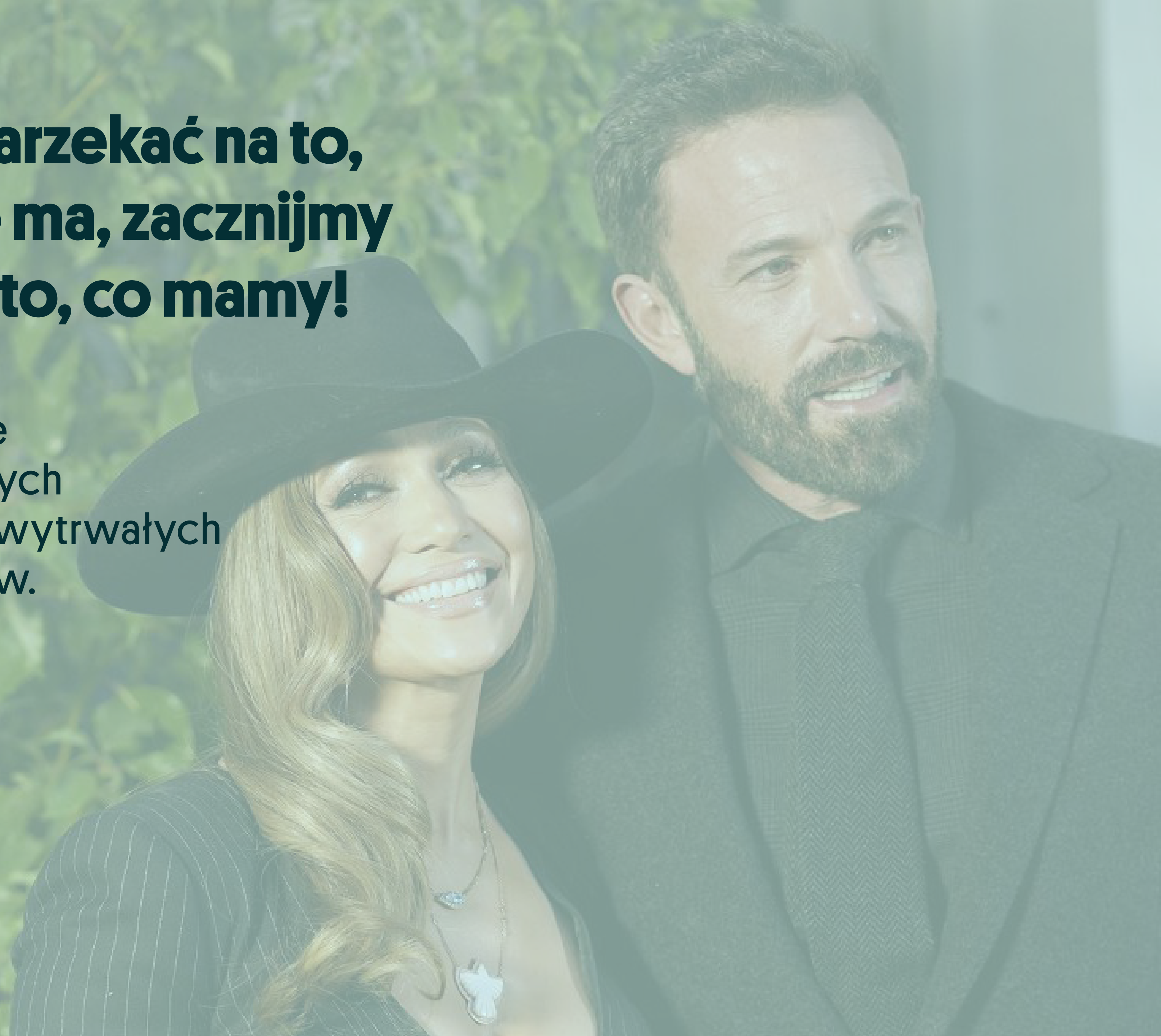
40-latek w PRL vs 40-latek dziś



Jest pokolenie dorosłych Milenialsów.

**Zamiast narzekać na to,
czego nie ma, zacznijmy
doceniać to, co mamy!**

Jest pokolenie
doświadczonych
Boomersów i wytrwałych
transformersów.



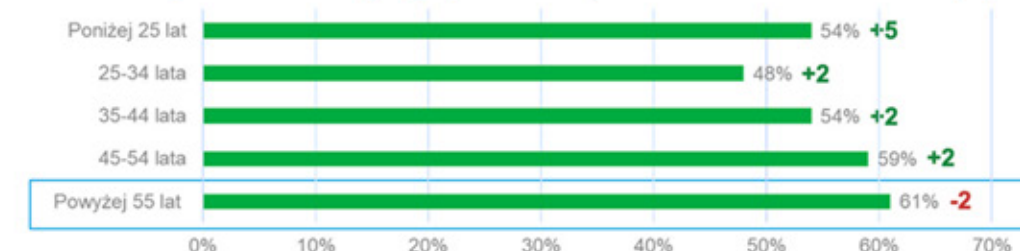
Zamiast narzekać na to, czego nie ma, zacznijmy doceniać to, co mamy!

Jest pokolenie doświadczonych Boomersów i wytrwałych transformersów.

Ale zadowoleni to oni nie są....

Pierwsze sygnały buntu najstarszych pracowników

Poziom zaangażowania w różnych grupach wiekowych i zmiana w stosunku do roku poprzedniego



Czy jesteśmy gotowi na Silver Tsunami?*



*Bezprecedensowy wzrost liczby osób starszych w społeczeństwach = starzenie się społeczeństw

Największe spadki w percepcji środowiska pracy w grupie wiekowej „Powyżej 55 lat” (zmiana 2023 vs 2022, w p.p.)

SPRAWCZOŚĆ I EFEKTYWNOŚĆ PRACY

Efektywność struktury organizacyjnej i procesów -17; -10
Odpowiednie zasoby do rozwijania nowych pomysłów -15
Autonomia w wykonywaniu pracy -8
Zachęcanie do działania przez menedżera -8
Efektywna komunikacja -7

INWESTYCJA W KLUCZOWE TALENTY

Promowanie talentów -10
Możliwość rozwoju kariery dla osób z wysokimi wynikami -9

ZARZĄD I WIZJA PRZYSZŁOŚCI

Ludzie w centrum uwagi Zarządu -9
Jasna wizja przyszłości firmy -7

Mercer

Źródło: Globalna baza K Mercer 2022-2023

Co jeszcze jest?

Niewykorzystany potencjał

Wskaźnik aktywności zawodowej
w grupie **50+ to ok. 35%.**

40% deklaruje chęć pracy w wieku
emerytalnym.



Co jeszcze jest?

**Dyskryminacja
ze względu na wiek,
której doświadczył
co drugi z nas.**



Co jeszcze jest?

- > **9 na 10 aplikacji kandydatów z pokolenia X i BB pozostaje bez odpowiedzi.**
- > **Młodszy kandydaci (<30 lat) otrzymują zaproszenie na rozmowę 2 x częściej niż starsi (>50 lat).**

Źródło: Wnioski z badania eksperymentalnego Polskiego Instytutu Ekonomicznego “Ageizm w Polsce” oraz dane z raportu OLX Know-How 2025.



ŚREDNI CZAS POSZUKIWANIA PRACY



74 - 55 lat

11,1 miesiąca



54 - 45 lat

7,7 miesiąca



24 - 20 lat

5,6 miesiąca



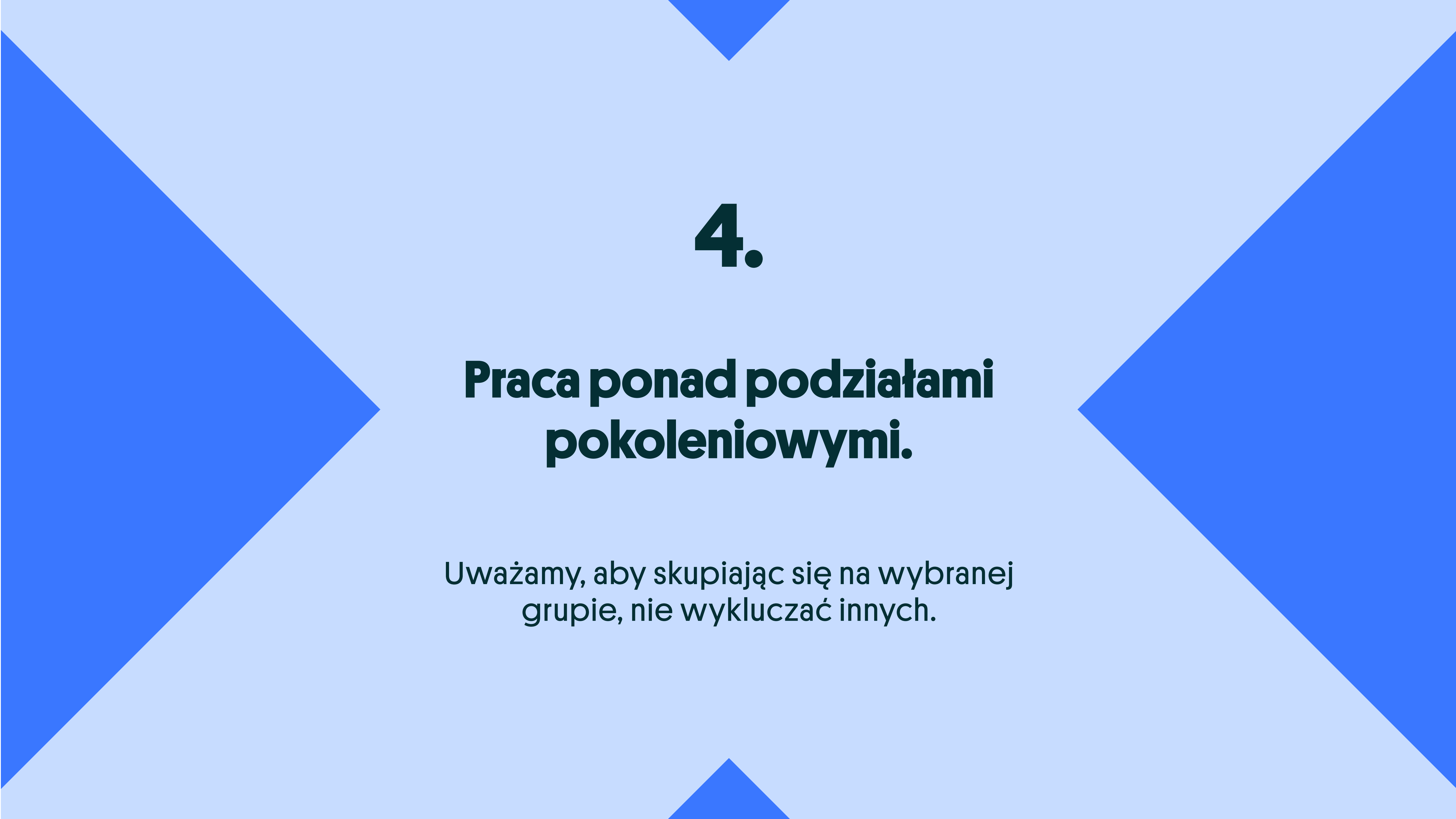
44 - 35 lat

7,8 miesiąca



19 - 15 lat

4,3 miesiąca



4.

**Praca ponad podziałami
pokoleniowymi.**

Uważamy, aby skupiając się na wybranej grupie, nie wykluczać innych.

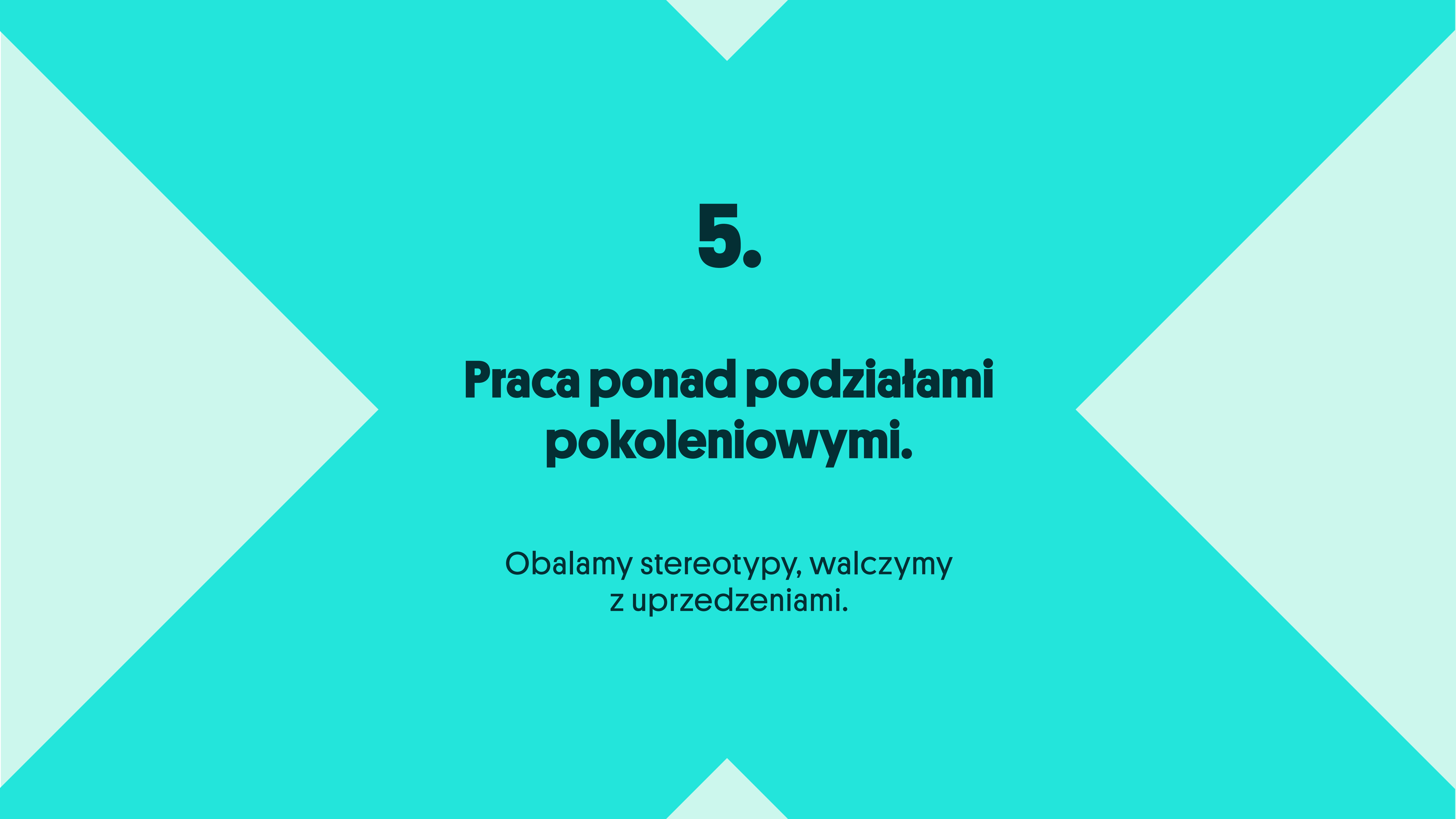
Future of Jobs Report 2023

INSIGHT REPORT
MAY 2023

A majority of companies will prioritize women (79%), youth under 25 (68%) and those with disabilities (51 %) as part of their DEI programmes. A minority will prioritize those from a disadvantaged religious, ethnic or racial background (39%), workers over age 55 (36%), those who identify as LGBTQI+ (35%) and those from a low-income background (33%).

*Jak dbając o inkluzję mniejszości,
nie wykluczyć większości?*





5.

**Praca ponad podziałami
pokoleniowymi.**

Obalamy stereotypy, walczymy
z uprzedzeniami.

**Młodzi nie chcą się
uczyć od starszych.**



Młodzi nie chcą się uczyć od starszych.



7 na 10 młodych chce uczyć się od bardziej doświadczonych.

Źródło: Raport "Młodzi na rynku pracy 2021", PwC, Well.hr, Absolvent Consulting Group.



**Starsi nie są już
zaangażowani.**



~~Starsi nie są już zaangażowani.~~



**Według Instytutu Gallupa,
osoby 55+ wykazują
najwyższe zaangażowanie
w pracę.**

Źródło: Raport "Młodzi na rynku pracy 2021", PwC, Well.hr,
Absolvent Consulting Group.



**Młodzi są tacy
pewni siebie!**



**Młodzi są tacy
pewni siebie!**



**Młodsze pokolenia częściej
niż starsze doświadczają
syndromu oszusta.**

Źródło: Raport opublikowany przez CVeasy.pl, przygotowany
we współpracy z agencją Elephate.



Nie PESEL, a potencjał.

O pracy ponad podziałami pokoleniowymi.
Od czego zaczynamy?

1. Doszukujemy się podobieństw i budujemy na tym, co nas łączy.
2. Opisujemy innych przez mocne strony. Doceniamy to, co mamy.
3. Mówimy o tym, co mamy, a nie biadolimy, czego nam brakuje.
4. Uważamy, aby skupiając się na wybranej grupie, nie wykluczać innych.
5. Obalamy stereotypy, walczymy z uprzedzeniami.

Nie PESEL, a potencjał.

O pracy ponad podziałami pokoleniowymi.
Przechodzimy do:

- NIE WYKLUCZAMY W REKRUTACJI: inluzywny employer branding, komunikacja do ludzi, nie do wieku
- Rekrutujemy za kompetencje, pracujemy z własnymi uprzedzeniami i nieuświadomionymi biasami
- Skupiamy się na umiejętnościach i kompetencjach, nie na „latach doświadczenia”
- Unikamy sformułowań typu „młody zespół”, „idealne dla absolwentów”
- Zastępujemy pytania o historię pytaniami o sposób działania, podejście, refleksję
- Uważamy na szablonowe filtry i algorytmy – różnorodne ścieżki kariery to też wartość

Jakie praktyki łączą pokolenia?

Employer Branding, który nie wyklucza ze względu na PESEL

**Zależy nam na Tobie.
Dołącz do BASF!**

Szukamy operatorów maszyn,
elektryków i mechaników.

Szczegóły na:
www.pracawbasf.pl

BASF
We create chemistry



**Awans ~~nie~~ jest
dla ludzi po 50!**

Andrzej

Menedżer ds. Zarządzania Infrastrukturą Techniczną

W ubiegłym roku w fabryce Philip Morris
awansowaliśmy 128 osób w wieku 50+.

Stereotypy są u nas skreślone

Szukasz pracy? Aplikuj!



www.pmicareers.pl

669 564 489

#MAKEHISTORY

Pokolenia w Employer Brandingu

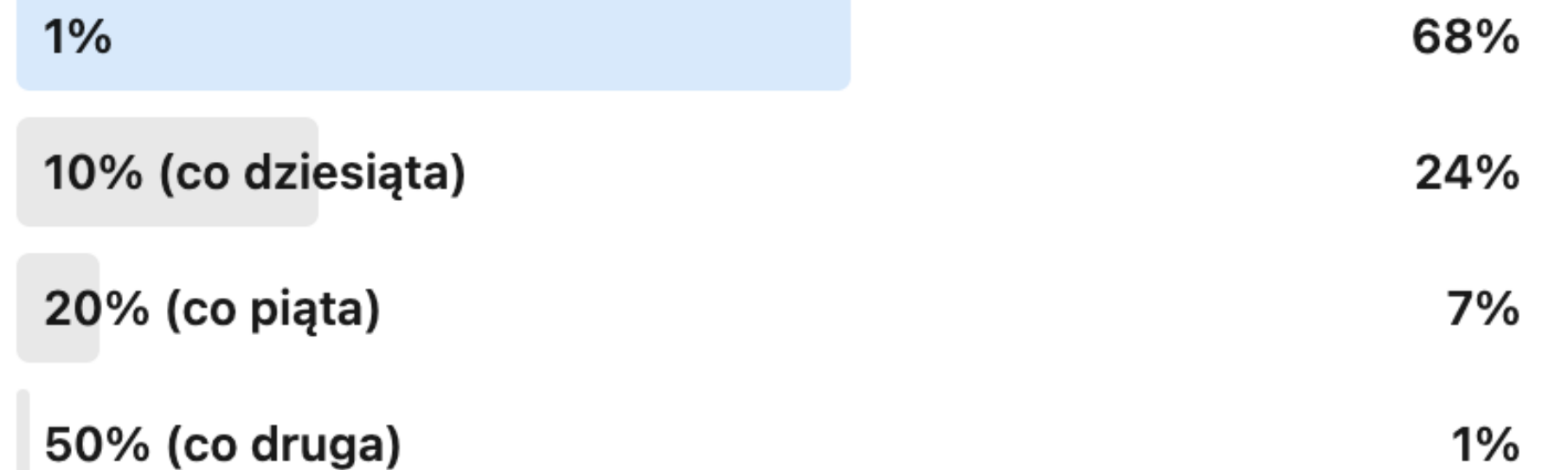


**DOBRY HR WIE, ŻE
NAJLEPSZY BRAND HERO
W EB TO PRACOWNIK**

Historie pracowników, storytelling w marketingu rekrutacyjnym.

Ile procent kampanii Employer brandingowych w Polsce jest skierowanych do starszych pokoleń - według Waszych obserwacji/szacunków?

You can see how people vote. [Learn more](#)



150 votes • Poll closed

Jak łączyć pokolenia?

ANGAŻUJĄCA KULTURA ORGANIZACYJNA:

- Rozwój kultury inkluzywnej, włączającej, opartej na docenieniu i szacunku
- Zbudowanie poczucia bezpieczeństwa i współpracy
- Eventy doceniające pracowników z długim stażem
- Szanowanie młodych pracowników (szczególna uwaga na komunikację)

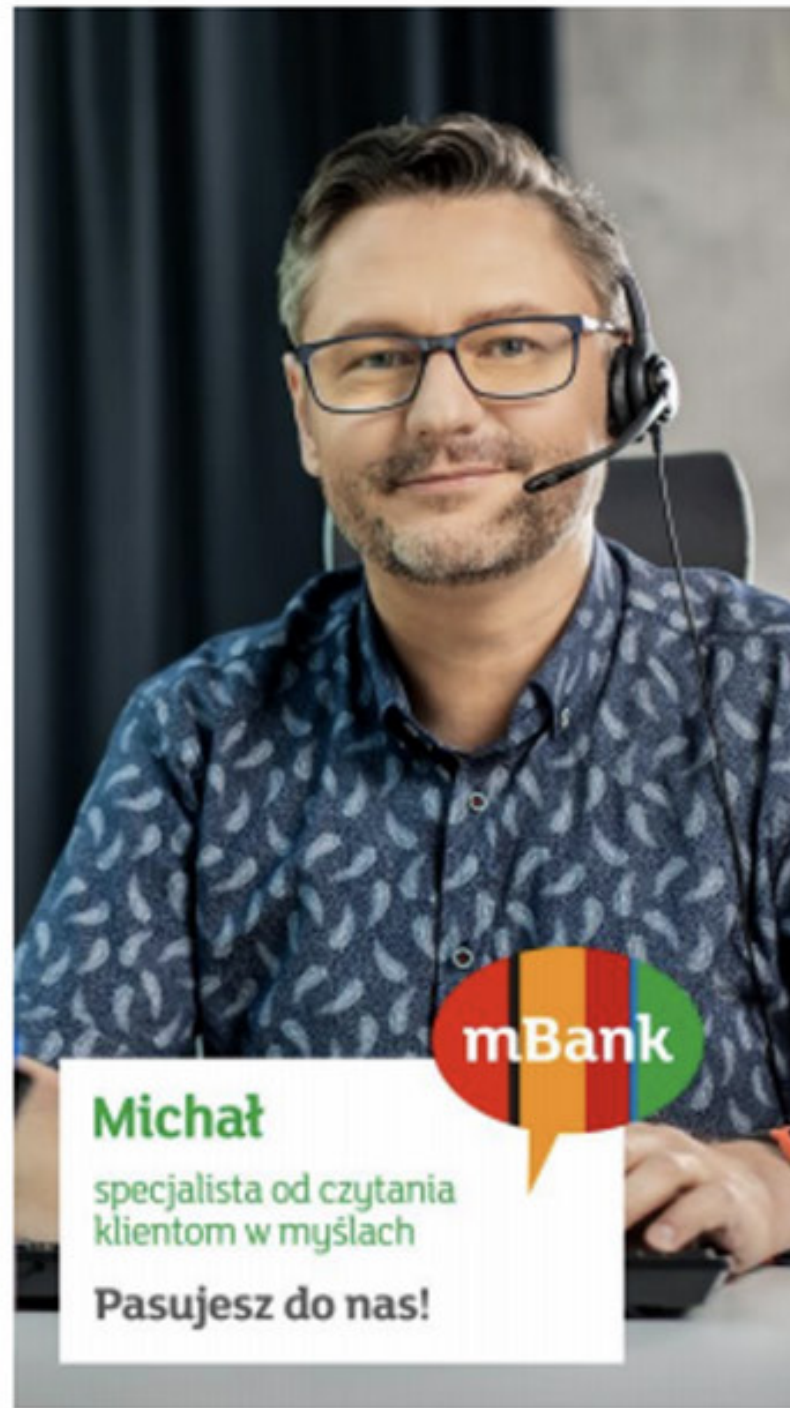
Nie mówmy, że wiek nie ma znaczenia, pokażmy to!



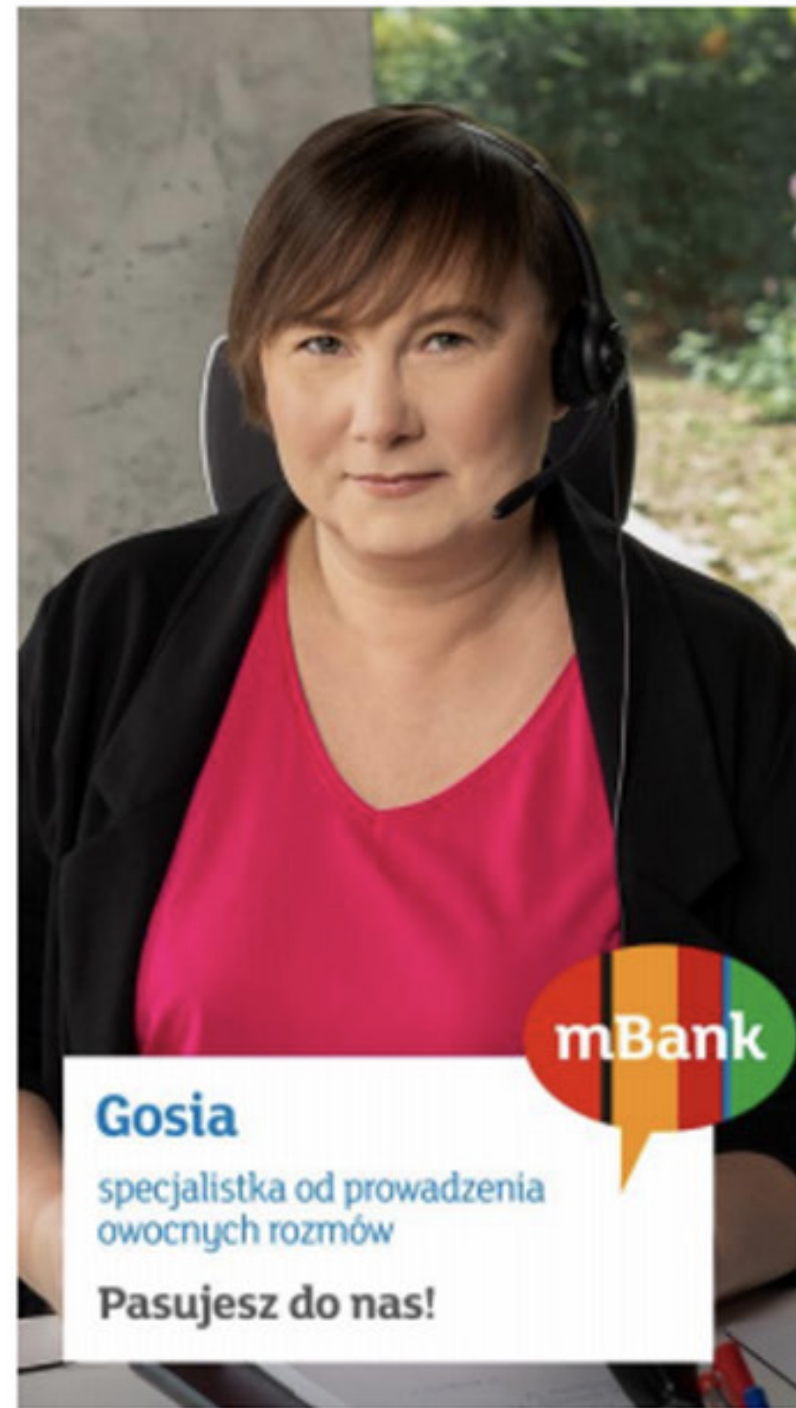
Ania
specjalistka od znajdowania
praktycznych rozwiązań
Pasujesz do nas!



Renata
specjalistka od budowania
dobrych relacji
Pasujesz do nas!



Michał
specjalista od czytania
klientom w myślach
Pasujesz do nas!



Gosia
specjalistka od prowadzenia
owocnych rozmów
Pasujesz do nas!



Marcin
specjalista od załatwiania
spraw od ręki
Pasujesz do nas!



Czy Twoje dziecko
też bierze udział
w rekrutacji?



Nie!

[Dowiedz się więcej](#)



Czy klimat w pracy
jest ważny?



Tak!

[Dowiedz się więcej](#)



Czy data urodzenia
jest atutem podczas
rekrutacji?



Nie!

[Dowiedz się więcej](#)

Jak łączyć pokolenia?

DOPASOWANE WARUNKI PRACY:

- Elastyczny czas pracy
- Praca zdalna
- Dostosowane stanowisko pracy
- Nowe stanowiska pracy
- Benefity pozapłacowe dopasowane do potrzeb (nowy kierunek benefitów wspierających pokolenie “kanapka”).

Jak łączyć pokolenia?

RÓŻNORODNE MOŻLIWOŚCI ROZWOJU:

- Adaptacja programów rozwojowych (reskilling, upskilling)
- Mentoring odwrócony
- Praktyki i staże również dla osób 50+
- Aktywizacja zawodowa
- Przygotowanie do nowych zawodów

Shadow Board w Auchan - łączenie pokoleń

The image displays two overlapping video player screenshots from a presentation about the Shadow Board program at Auchan.

Left Video Player:

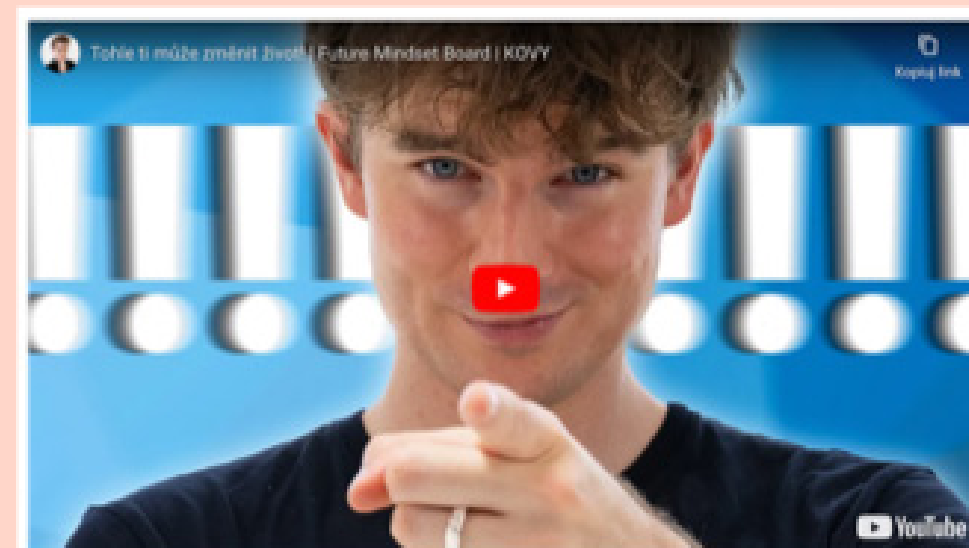
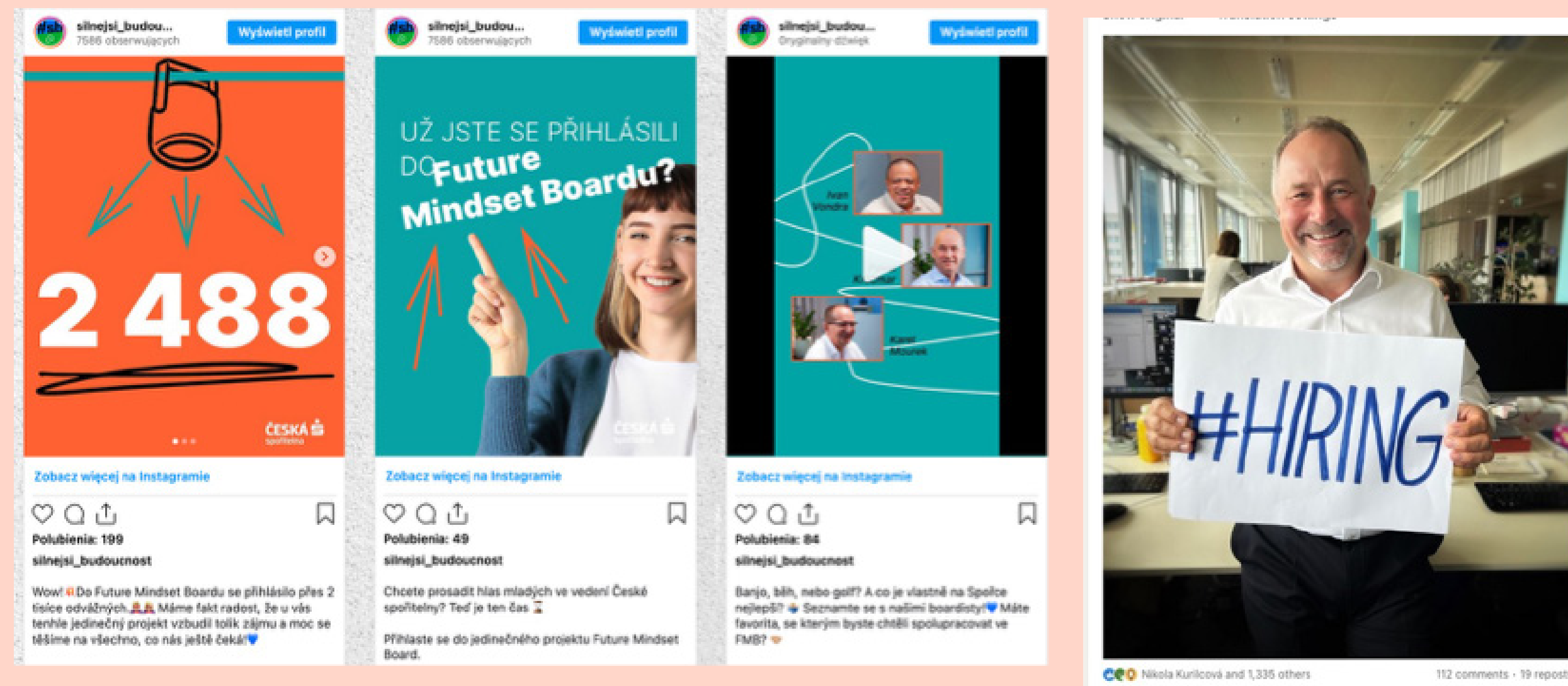
- Slide Title:** REALIZACJA PROGRAMU
- Text:** Wybrane tematy przedstawione dla Zarządu wraz z rekomendacjami:
- List of Topics:**
 - Sprinty strategiczne to tematy wskazane przez Prezesa Auchan Polska.
 - Jaki przywzrost Klientów do naszej marki i zająć najważniejszą część ich miesięcznego budżetu?
 - Jaki szybciej otwierać więcej sklepów w Polsce przy mniejszych kosztach inwestycyjnych i operacyjnych?
 - Tematy w ramach sprintów strategicznych zostały szczegółowo przeanalizowane i opracowane przez Shadow's. W efekcie część działań została wdrożonych w Auchan.
- Video Player Controls:** 45:34 / 1:09:52

Right Video Player:

- Slide Title:** TRANSFORMOWAĆ KULTURĘ ORGANIZACYJNĄ I ŁĄCZYĆ POKOLENIA?
- Image:** A large play button overlay on a background image of hands assembling wooden gears.
- Video Player Controls:** 33:00 / 1:09:52

Both video players show a small video call window in the top right corner with three participants. The Auchan logo and 'ClickMeeting' watermark are visible in the bottom right of the slides.

Shadow Board w Ceska Sporitelna



Česká spořitelna hledá **6 mladých lidí**, kteří budou v roce 2025 stínovat její nejvyšší vedení – naše představenstvo – a podílet se spolu s ním na **tvorbě strategie banky**.

Uzávěrka přihlášek byla do **30. září**.



**„Produkując stereotypy
dziś, będziemy
ich ofiarami jutro.”**

- Paulina Mazur



Na koniec zagadka
(prawie matematyczna):

**Jeśli codziennie na emeryturę/rentę
przechodzi 2 x więcej osób niż wchodzi
na rynek pracy to:**

**Jeśli codziennie
na emeryturę/rentę przechodzi 2 x
więcej osób niż wchodzi na rynek
pracy to:**

- **Trzeba mocniej zawalczyć
o (mało dostępnych) młodych.**



**Jeśli codziennie
na emeryturę/rentę przechodzi 2 x
więcej osób niż wchodzi na rynek
pracy to:**

- Trzeba mocniej zawałczyć o (mało dostępnych) młodych.
- Wystarczy poczekać, aż to minie.



**Jeśli codziennie
na emeryturę/rentę przechodzi 2 x
więcej osób niż wchodzi na rynek
pracy to:**

- Trzeba mocniej zawalczyć o [mało dostępnych] młodych.
- Wystarczy poczekać, aż to minie.
- Trzeba przedłużyć aktywność zawodową pokolenia wyżu demograficznego, zatrzymać ich w pracy.



Nie dopuśćmy do sytuacji, w której sami siebie wykluczamy i tracimy potencjał doświadczonych, mądrych i zdolnych ludzi.



Paulina Maciaszczyk • 1st

...

❤️ EB | Komunikacja | PR | Social Media | Agencja Grow | HR ¹⁰⁰

8h • Edited • 🔄

To błąd, solidny błąd, prawda **Paulina Mazur**? Wywołuję Cię do tablicy, bo wiernie kibicuję Twojej ewangelizacyjnej HR-owej misji, w której mówisz od dłuższego czasu, że siwy włos to tak naprawdę siwy dym unoszący się nad pożarem potencjału i pomysłów dojrzałych speców. 😊

**Chcemy poznać
Waszą opinię**

Q&A

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Paulina Mazur



pm@paulinamazur.com



www.paulinamazur.com



+48 605 222 008

