**Eksperci podpowiadają, jak zaplanować przestrzeń biurową**

**- wizytówkę firmy i przyjazne miejsce dla pracowników**

**Jak wskazują wyniki badań przeprowadzone przez Love Your Work, 39,6% pracowników stwierdziło, że wystrój biura był istotnym czynnikiem, który przekonał ich do podjęcia pracy w danej firmie. Co więc zrobić, by miejsce pracy spełniało swoje zadanie, a do tego było przyjazną przestrzenią, do której chce się wracać? Jak sprawić, by biuro było dla klientów i osób odwiedzających wizytówką firmy i wskaźnikiem jej standardów jakościowych? Sprawdź, o czym należy pamiętać.**

Biuro to miejsce, gdzie spotykają się ze sobą marketing wewnętrzny i zewnętrzny. Jest to przestrzeń budząca skojarzenia z marką nie tylko w umyśle klienta, lecz także, a może przede wszystkim - w pracownikach. Miejsce, w którym spędzają oni znaczną część swojego życia powinno wspierać ich motywację i satysfakcję. Nie każdy pracodawca zdaje sobie z tego sprawę, jak bardzo otoczenie wpływa na zaangażowanie w pracę. Przestrzeń biurowa może być również czynnikiem decydującym o atrakcyjności firmy jako pracodawcy, co ma istotne znaczenie w rekrutacji i utrzymaniu talentów.

**Miejsce, gdzie piękno spotyka się z funkcjonalnością**

„*Celem projektowania przestrzeni tworzonych z myślą o pracownikach, jest zapewnienie jak największej funkcjonalności pomieszczeń, z jednoczesną dbałością o aspekty użytkowe, estetyczne i komunikacyjne”* - mówi Margareta Sztejkowska z pracowni CUDO specjalizującej się w projektowaniu wnętrz użyteczności publicznej.

Jak osiągnąć równowagę pomiędzy tymi trzema kluczowymi czynnikami? Przede wszystkim poprzez dostosowanie projektu do celu jakiemu ma służyć przestrzeń oraz do charakteru działań, które mają być podejmowane w poszczególnych pomieszczeniach. Jak to wygląda w praktyce?

„*Na początku określamy potrzeby, jakie ma firma i jej pracownicy, by przestrzeń była dostosowana do realizacji poszczególnych zadań w zgodzie z wartościami, z którymi identyfikuje się marka. Bierzemy wówczas pod uwagę takie aspekty użytkowe, jak ergonomia pracy, czy odpowiednie wyposażenie usprawniające procesy*.” – wylicza projektantka z CUDO.

Warto zadać sobie pytanie o to, jakiego rodzaju największe obciążenia spotykają ciało i umysł pracownika podczas wykonywania zadań - i spróbować wdrożyć rozwiązania rekompensujące lub minimalizujące wpływ tego obciążenia na pracownika, tak, by jego zadowolenie i jakość wykonywanej pracy nie ucierpiały wskutek tych obciążeń.

Funkcjonalność przestrzeni to stopień jej dopasowania do potrzeb użytkowników, gwarantujący wygodne przemieszczanie się i sprawne działanie. Estetyka przestrzeni pracy powinna w jakiś sposób przywodzić na myśl kontekst wykonywanej pracy, komunikować przesłanie i wartości marki - na przykład firma podkreślająca dbałość o minimalizację swojego negatywnego wpływu na środowisko może zastosować materiały pochodzące z recyklingu, w pełni biodegradowalne lub odznaczające się wyjątkową trwałością.

**Biuro jak dom, czyli jak wyjść na przeciw potrzebom pracowników?**

Dlaczego pracodawcy w ogóle powinno zależeć na tym, by pracownicy czuli się w miejscu pracy zadomowieni? Czy nie lepiej byłoby wyraźnie oddzielić kontekst pracy od innych aktywności życiowych? I tak, i nie. Warto znaleźć balans między tworzeniem przyjaznej atmosfery, a kreowaniem przestrzeni sprzyjającej skupieniu i redukującej nadmiar rozpraszających bodźców. Przepływ informacji powinien być taki, by stymulował do wykonywania pracy, ale nie przytłaczał nadmiernie.

Nie każdy może czuć się dobrze spędzając pół dnia w całkowicie przeszklonym biurze, z drugiej strony całkowita izolacja także może być niepotrzebnym stresorem, zwłaszcza w przypadku, gdy zadania nie przewidują częstych interakcji międzyludzkich. Podobnie, choć część pracowników będzie preferowała jasne i dobrze nasłonecznione pomieszczenia, tego rodzaju rozwiązania mogą nie być odpowiednie dla pracowników neuroatypowych.

**Wnętrze firmy kształtuje jej wizerunek**

Zmiana lokalizacji biura otwiera nowe możliwości i stwarza okazję do przemyśleń dotyczących tego, w jaki sposób otoczenie, architektura i wnętrze siedziby firmy wpływają na postrzeganie marki. Szczególnie ważne wydaje się to w przypadku działalności deweloperskiej, która poprzez tego rodzaju wybory wskazuje na możliwości i kompetencje, jakimi dysponuje. Świadomość tego wieloaspektowego oddziaływania mają twórcy PROFIT Development, którzy w związku z 20- leciem istnienia zadecydowali o przeniesieniu siedziby firmy do nowego biura na ul. Stanisława Dubois 41 we Wrocławiu.

„*Wyborem lokalizacji i aranżacji wnętrza wskazujemy na standardy, z jakimi się utożsamiamy i jakie możemy zaproponować naszym klientom”*. – wyjaśnia Tomasz Stoga, prezes PROFIT Development. – „*Jesteśmy przekonani, że w przypadku firmy z branży deweloperskiej biuro jest szczególnym „dowodem rzeczowym”, świadczącym o standardach jakościowych firmy, o jej profesjonalizmie i wiarygodności*.” – dodaje.

Podsumowując – projektowanie przestrzeni biurowej to kluczowy element kreowania atmosfery pracy sprzyjającej efektywności i satysfakcji pracowników, a także budowania wizerunku firmy. Współczesne biura stawiają na funkcjonalność, estetykę i komunikację wartości marki poprzez odpowiednie dostosowanie pomieszczeń do potrzeb pracowników oraz uwzględnienie aspektów ergonomicznych i sensorycznych. Odpowiednio zaprojektowane biuro może stać się czymś więcej niż tylko miejscem pracy, tworząc inspirujące środowisko, wspierające rozwój i realizację celów biznesowych firmy.

--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**Kontakt dla mediów**

Patrycja Ogrodnik

PR Manager

[p.ogrodnik@commplace.com.pl](http://p.ogrodnik@commplace.com.pl)

tel. 692 333 175