

## **HORNbach a investit peste 3 milioane de euro în specializarea personalului, de la intrarea pe piața locală**

- *Rata de fluctuație a personalului se menține sub 4% anual, mai mică comparativ cu cea întâlnită, în medie, în sectorul de retail*
- *Vârsta medie a angajatului Hornbach – 37 de ani*
- *Cum arată candidatul ideal pentru magazinele din România*

**București, 31 ianuarie 2017**

***Considerat un angajator de top atât la nivel european, cât și local, Hornbach, unul dintre principalii retaileri locali de materiale de construcții și grădinarit, a investit, în cei 9 ani de activitate pe piața din România, peste 3 milioane de euro pentru pregătirea angajaților.***

„La Hornbach este esențială capacitatea angajaților de a putea răspunde oricărui client, indiferent de raionul de care se ocupă, și de a oferi o consiliere pe măsură. Astfel, toți angajații noi beneficiază atât de traininguri standard, cât și specifice, deoarece ne dorim să fim permanent în topul preferințelor clienților atunci când vine vorba de consilierea specializată oferită de personalul nostru”, a declarat Mugurel-Horia Rusu, Directorul General al Hornbach România.

Astfel, potrivit acestuia, ***compania a investit, încă de la intrarea pe piața locală, în 2007, peste 3 milioane de euro*** în programe dedicate pregătirii angajaților noi și a celor existenți. De asemenea, reprezentantul companiei a mai afirmat că ***peste 59% dintre angajați se află în companie de mai mult de 3 ani și jumătate.***

În acest moment, Hornbach are ***peste 700 de angajați, din care cca. 650 în magazine, iar rata medie anuală de fluctuație a personalului este sub 4%,*** fiind astfel mult mai mică față de cea întâlnită, în medie, în sectorul de retail.

### ***Ce și cum învață angajații Hornbach***

Printre cele mai importante cursuri pe care le urmează orice angajat Hornbach înainte de a intra, practic, în atribuțiile fișei de post, se numără școlarizările specifice, cum sunt cele în domeniul acvaristicii, al plantelor, cursuri pentru obținerea autorizației de conducere a motostivitorului, precum și orientare în ceea ce privește procesul de furnizare și comercializare a produselor marcă Hornbach și referitoare la gestionarea și încasarea mărfii. La acestea se adaugă școlarizările standard, precum cele în domeniul vânzării și cele privind procesele specifice Hornbach.

Ținând cont de aceste aspecte, trainingurile se desfășoară atât în sediul central al Hornbach, cât și în magazine. De asemenea, în funcție de evoluția pieței și a produselor noi în sortiment, școlarizările pot fi susținute și de către furnizori, în cadrul magazinelor.

***Fiecare tip de training este alcătuit dintr-o parte teoretică și una practică,*** cea din urmă vizând exerciții pe tema respectivă, sesiuni de practică în magazin, dar și jocuri de rol finalizate cu un feedback constructiv din partea trainerilor. În plus, la finalul fiecărei săptămâni de școlarizare, are loc o testare prin care se verifică nivelul de cunoștințe acumulat, stabilind astfel punctele cheie care necesită clarificări.

„Chiar dacă, în general, recrutăm o persoană care să dețină un minim de cunoștințe despre departamentul în care urmează să activeze, aceste traininguri au rolul de a specializa angajatul, urmând ca apoi fiecare să obțină o policalificare”, a completat reprezentantul companiei.

Acesta a subliniat, de asemenea, faptul că în cadrul companiei angajații beneficiază și de programe de dezvoltare profesională prin care se urmărește amplificarea abilităților de leadership, comunicare, organizare, iar în cazurile în care intervin dorința și potențialul unei promovări, compania oferă și un program de evoluție în carieră.

Totodată, amintește Mugurel-Horia Rusu, compania Hornbach este recunoscută pentru numeroasele exemple de evoluție profesională a angajaților, nu puțini fiind aceia care au pornit ca șefi de raion și au urcat, treptat, către poziții de directori adjuncți și directori de magazin.

### ***Profilul angajatului Hornbach***

„Hornbach este o companie care oferă în mod egal o șansă tuturor, fie că abia au terminat studiile și nu au avut ocazia să capete experiență, fie că se apropie de vârsta pensionării, dar își doresc încă să muncească într-un loc care să le ofere satisfacții profesionale”, a mai spus Directorul General al Hornbach România.

Astfel, în acest moment, ***cca. 46% din angajați sunt femei, iar restul de 54% bărbați. În ceea ce privește vârsta medie, care se situează la 37 de ani***, însă acesta nu este un criteriu de angajare.

„Principalele criterii în baza cărora invităm candidații la un prim interviu sunt reprezentate de motivația pentru care ne-au ales și capacitatea de a se orienta către client. Încercăm, astfel, să identificăm din această primă etapă care ar fi departamentul sau domeniul de activitate pentru care ar fi potriviți”, a declarat Mugurel-Horia Rusu.

Trasând profilul ideal al unui viitor angajat Hornbach, reprezentantul companiei susține recrutarea persoanelor informate asupra domeniului în care activează, cu un grad ridicat de proactivitate, organizare și disciplină și, nu în ultimul rând, cu dorință pentru o dezvoltare profesională completă. Implicarea, orientarea către clienți și corectitudinea sunt, de asemenea, pe lista calităților pe care Hornbach le caută la angajații săi.

Mugurel-Horia Rusu a subliniat, de asemenea, că Hornbach se află permanent în căutare de noi angajați, dorind o dezvoltare constantă a echipei. Astfel, oricine este interesat poate vizita site-ul companiei – [www.hornbach.ro](http://www.hornbach.ro) – la rubrica dedicată carierelor și poate trimite un CV.

###

### ***Despre Hornbach România***

HORNBACH este o companie multinațională, de familie, care a înregistrat în exercițiul financiar 2015/2016 (data bilanțului: 29 februarie) o cifră de afaceri (netă) de peste 3,755 miliarde de Euro, în creștere cu peste 5% comparativ cu perioada anterioară.

Fondată în anul 1877, HORNBACH este singura companie din domeniul construcțiilor și grădinaritului care se poate mândri cu o istorie de 5 generații. În acest moment, concernul deține 154 de magazine mixte de materiale de construcții și grădinarit, în nouă țări din Europa (Germania, Austria, Olanda, Luxemburg, Elveția, Cehia, Slovacia, Suedia și România), dintre care 6 în România (București Berceni, București Militari, București Balotești, Brașov, Timișoara și Sibiu).

Conceptul comercial și gama de produse sunt orientate în întregime către sprijinirea proiectelor clienților. HORNBACH garantează acestora prețuri mereu mici, fiind lider de piață pe acest segment. În plus, calitatea excelentă a consultanței și a serviciilor oferite au fost confirmate de nenumărate studii și teste independente.

Prin pionierat, ca de exemplu deschiderea primului magazin mixt de materiale de construcție și articole de grădinarit (1968), a primului megastore (1980) și a primului magazin de materiale de construcții cu conceptul drive-in (2003), HORNBACH își dovedește în permanență forța inovatoare. De decenii, HORNBACH este considerat un angajator de top, în acest moment având aproximativ 18.000 de angajați care contribuie la succesul companiei.

###