StratejiCo.

# AVON Türkiye

Müşteri: **AVON Türkiye** [Perakende]

Hizmetler: **İşveren Markası ve Çalışan Bağlılığı**, **Kriz Yönetimi**, **İtibar Yönetimi**

> **"Kriz ekibinin her bir üyesinin özverisine minnettarım. StratejiCo.'dan aldığımız rapor, hem Avon hem de başka firmalar açısından örnek vaka temsil edecek düzeyde."**

# İtibar ve Kriz Yönetimi

## Sorun

AVON Türkiye, 17 Mayıs itibariyle bir işçi ihtilafı yaşadı. Krize dönüşen bu ihtilaf, sosyal medyanın da kullanımıyla negatif bir etki yarattı. Bu durum AVON'un itibarını zedeledi, iş hedeflerine ve **işçi ilişkilerinin sürdürülebilirliğine** zarar verdi.




## Çözüm



Kriz yönetiminin birinci basamağı **strateji geliştirmek** ve AVON'un kritik konulardaki pozisyonunu belirlemek oldu. Sosyal medya ve bazı sosyal organizasyonların etkisini yönetmek için **iletişim planı** hazırlandı.

Çalışan beklentileri, odak grup toplantıları ve **işçi çalıştaylarıyla** belirlendi. Problemlere ilişkin çözümlerin, protestocuların desteği ile değil, operasyonun içerisinde oluşacağına yönelik bir sinerji yaratıldı.



## Sonuç



Bu sürecin sonunda durum normale döndü, işçilerin dile getirdiği sorunlara yönelik aksiyon planları hazırlandı. Şirkette oluşan bu atmosferin sürdürülebilirliğini sağlamak için, **katılımcı yaklaşım temelli bir angajman programı** hazırlanması önerildi.

* Bu çalışma 1988 - 1989 yılları arasında yapılmıştır.

AVON Türkiye, ikisi taşeron firma için çalışan üç işçinin işten çıkarılması sebebiyle 17 Mayıs itibariyle bir işçi ihtilafı yaşadı. Bu ihtilaf bir krize dönüştü, işçi ve kadın hakları konusundaki toplumsal duyarlılık ve yoğun sosyal medya kullanımı sebepleriyle negatif bir etki yarattı. Bu durum AVON'un itibarını zedeledi, iş hedeflerine ve işçi ilişkilerinin sürdürülebilirliğine zarar verdi. Önerdiğimiz projenin hedefi, AVON Türkiye için riskleri hafifletmek ve operasyonel parçalanmayı engellemekti.

### Çözüm

Kriz yönetiminin birinci basamağı strateji geliştirmek ve AVON'un kritik konulardaki pozisyonunu belirlemek oldu. Sosyal medya ve bazı sosyal organizasyonların etkisini yönetmek için iletişim planı hazırlandı. Amacımız, ilgili paydaşlara doğru mesajı, anlaşılır şekilde iletmekti. Bir başka önemli stratejik karar ise resmi olmayan sendikayı tanımamak, mektup ve beklentilerine cevap vermemek oldu. Sonuç olarak sosyal medya mesajlarının yoğunluğu azaldı. Çalışan beklentileri, odak grup toplantıları ve işçi çalıştaylarıyla belirlendi. Problemlere ilişkin çözümlerin, protestocuların desteği ile değil, operasyonun içerisinde oluşacağına yönelik bir sinerji yaratıldı.

## Sonuç

> Bu sürecin sonunda durum normale döndü, işçilerin dile getirdiği sorunlara yönelik aksiyon planları hazırlandı. Şirkette oluşan bu atmosferin sürdürülebilirliğini sağlamak için, katılımcı yaklaşım temelli bir angajman programı hazırlanması önerildi.