Формирование единой команды невозможно без чувства эмоциональной причастности. Сбербанк прилагает максимальные усилия к формированию корпоративной культуры, которая соответствовала бы ценностям Банка, с одной стороны, и была бы комфортна для развития профессиональных навыков и реализации амбиций сотрудников, с другой. Важнейшей задачей при этом является формирование единого коммуникационного пространства. Сотрудники всех подразделений Банка должны чувствовать свое единство и причастность к общему делу.

Общепринятые ценности и нормы Сбербанка отражены в Кодексе корпоративной этики, который регламентирует правила поведения, обязательные для всех сотрудников Банка. Для ознакомления с этими правилами каждый сотрудник при приеме на работу подписывает «Декларацию о согласии с этическими нормами Сбербанка России». Для адаптации новых сотрудников разработан комплекс мероприятий, призванных облегчить процесс вхождения в должность и адаптации к новой корпоративной культуре. Создана «Книга новичка», представляющая собой интерактивное медиаиздание, которое содержит всю основную информацию, необходимую новым сотрудникам. В некоторых территориальных банках проводятся специальные тренинговые программы для новичков. Кроме того, существует практика закрепления на период прохождения испытательного срока персональных наставников из числа коллег, имеющих продолжительный опыт работы в Банке.

Основным инструментом внутренних коммуникаций является Интранет-портал, который содержит специальную рубрику по ПСС, разделы структурных подразделений и территориальных банков, внутренние нормативные и информационные документы. Внутренний портал является важнейшим каналом обратной связи от сотрудников к менеджменту Банка. Мы планируем дальнейшее развитие портала, в том числе в направлении создания виртуальных рабочих кабинетов.

По локальной сети сотрудники ежедневно получают специальную рассылку «Доброе утро, Сбербанк», а раз в неделю — бюллетень «Сбербанк. День за днем», включающий краткий обзор ключевых событий Банка за прошедшую неделю. Среди других инструментов внутренних коммуникаций — ежемесячная газета «Мой Сбербанк» и информационные доски. В Банке работает открытая телефонная линия для обращений сотрудников.

Ежемесячно персонал Банка получает Обращение Президента, на которое можно ответить со встречными комментариями и предложениями. По результатам обратной связи готовятся отчеты, которые рассылаются менеджменту Банка для ознакомления. Также существует возможность написать письмо на имя Президента, а в 2010 году Г.О. Греф провел в режиме видеоконференции первую «горячую линию» с сотрудниками.

Регулярный доступ к Интранет-порталу и электронной почте имеют не все сотрудники, особенно серьезна эта проблема для территорий, отдаленных от крупных городов, а также небольших внутренних структурных подразделений Банка. В связи с этим Сбербанк ориентирован на использование широкого спектра коммуникативных инструментов. Так, в планах Банка восстановление внутрикорпоративной газеты как печатного издания и выпуск обновленного корпоративного журнала.

В 2010 году Банк провел исследование удовлетворенности персонала количеством и качеством каналов корпоративных коммуникаций. Его результаты позволят нам правильно выбирать каналы коммуникаций в зависимости от темы сообщений и целевой аудитории.

В Сбербанке регулярно организуются разнообразные корпоративные праздники. Такие мероприятия позволяют поддерживать корпоративный дух и традиции, создавать атмосферу доверия и взаимопонимания внутри Банка, укреплять неформальные связи в коллективе, повышать лояльность сотрудников, создавать ощущение сопричастности к общей цели. Традиционно организуется празднование 8 Марта, Нового года, Дня работника Сбербанка, Дня Победы. Также ежегодно организуется проведение детских новогодних праздников, детского оздоровительного отдыха, проводятся конкурсы детского рисунка.

Корпоративная культура Сбербанка является достаточно сильной. Главные ценности организации интенсивно поддерживаются, четко определены и широко распространяются. Она обладает предельной ясностью приоритетов, руководство информирует работников о задачах предприятия и активно их вовлекает в решение этих задач. Организационная культура Банка ориентирована на личностный подход и вместе с тем объединяет сотрудников в единое целое.