

三类心理健康问题的应对与解决思路

心理危机应对流程

| 处理步骤 | 企业需要做什么? | 第三方机构需要做什么? |
|-------------|---|--|
| 危机信息接收与告知 | <ul style="list-style-type: none"> ● 从热线、HR、管理者反馈等渠道中获知危机发生 ● 第一时间通知第三方机构 | <ul style="list-style-type: none"> ● 在接受需求的当下，立即组建团队：客户经理、危机管理 / 危机干预顾问 |
| 组建团队 | <ul style="list-style-type: none"> ● 管理层、HR 团队、EAP 项目对接人、公关 / 内部沟通…… | |
| 信息汇总 | <ul style="list-style-type: none"> ● 采集各类信息、收集受事件影响的相关人员详细信息、了解事件全貌与相关细节 | |
| 召开危机管理会议 | <ul style="list-style-type: none"> ● 企业和第三方共同召开危机管理会议，就危机的性质、目前的进展、受影响人群的反应、企业的期望、内部资源情况等信息进行对称 | |
| 评估风险，制定行动计划 | <ul style="list-style-type: none"> ● 共同进行风险评估和计划制定：危机类型、对内外部的影响、需要干预的范围、如何进行干预、后续恢复性培训和教育如何开展…… | |
| 启动心理危机干预与应对 | <ul style="list-style-type: none"> ● 开通各类支持热线，包括管理者、员工和特定人群的支持热线 ● 对于需要立即干预的人群，进行一对一或一对多危机干预 ● 根据具体场景，确认 HR 团队与管理层是否需要到场支持，如：面对大批量裁员或自然灾害等情况下，除紧急危机干预外，还需要企业内部管理者和 HR 团队的积极配合与行动 ● 而在配合前，第三方机构需对企业开展应急培训，帮助其掌握应急的心理急救技巧、谈判话术等 | |
| 复盘 | <ul style="list-style-type: none"> ● 结合第三方报告，针对危机发生的情况进行复盘 | <ul style="list-style-type: none"> ● 后续，将相关信息进行脱敏，汇总整理报告交付企业 |
| 后续恢复工作 | <ul style="list-style-type: none"> ● 开展心理健康教育活动，让员工更加了解相关心理知识以及应对策略 | <ul style="list-style-type: none"> ● 对参与危机处理的管理者或 HR 团队进行辅导 |

员工倦怠问题解决思路

| 倦怠产生的核心原因 | 企业可以如何解决 |
|-------------------------------------|---|
| 对于工作内容本身不够满意 工作与岗位技能缺乏或不符合当前岗位要求 | <ul style="list-style-type: none"> ● 针对本岗位提供学习资源，提升岗位技能 ● 丰富本岗工作内容 斜杠、担任导师 / 教练、虚拟团队…… ● 探索新岗位：轮岗、短期派遣、岗位重新校准调整…… |
| 在职场环境中未收到合理的及时认可（如：未得到应有的晋升、缺乏激励） | <ul style="list-style-type: none"> ● 设立多种认可手段：长期服务奖、平等的晋升制度 |
| 职场环境不佳、组织氛围较为高压（与同事 / 上级的人际关系） | <ul style="list-style-type: none"> ● 企业文化建设，塑造更平等包容的职场文化氛围和环境 ● 各类解压课程、团建，改善团队氛围，纾解个人压力 ● 针对管理者开设和员工情绪管理相关课程：以管理者为切口影响团队氛围 |

员工情绪管理思路

| | |
|------|---|
| 识别情绪 | <ul style="list-style-type: none"> ● 通过物理环境的塑造，刻意地引导员工自我觉察当下的情绪 ● 赋能管理者、BP 从员工的行为和变化中了解员工情绪 |
| 纾解情绪 | <ul style="list-style-type: none"> ● 在办公室环境内，设置发泄小工具或设置解压室，提供工具与场所供员工自助发泄 ● 提供各类以情绪、压力为主题的培训或讲座 ● 借助各类包括运动在内的员工活动，通过释放多巴胺纾解坏情绪 |

针对 EAP 使用过程中的挑战与解决

宣传与推广：去心理标签，保持高频次日常化宣传模式

宣传策略

- **日常化宣传：日常化可从宣传频次以及宣传内容两方面理解**
 - ☞ 通过内网、邮件保持日常的高频曝光
 - ☞ 打造宣传物料，如：易拉宝、台卡、宣传贴画布置在办公室物理场景内
 - ☞ 宣传内容注意引导员工，心理需求也是正常需求，淡化咨询抑郁等带有心理属性的表达
- **场景化宣传**
 - ☞ 结合企业重点人群、人群画像以及所关心的话题进行差异化推广
- **“热点化”宣传**
 - ☞ 结合时下热点话题、全年时令节日开展宣传
- **去心理标签**
 - ☞ 将项目名称、宣传标语、口号进行包装隐藏心理属性，以员工更易接受，更为亲近的形式呈现
- **活动引导**
 - ☞ 通过各类心理健康活动或团辅逐步降低员工的戒备心和心防
- **隐私保护**
 - ☞ 在宣传中强调隐私保护性，并详细描述具体如何实现。如和供应商签订保密协议（极端情况除外）、案例匿名化呈现等

EAP 效果衡量思路与方法

EAP 效果评估的四个层次：

- 第一层：感受层 EAP 使用率、活动参与度、员工满意度
- 第二层：认知层。评估员工态度认知的转变，如对于工作的认知、对于工作环境的认知、对于领导与同事的认知
- 第三层：行为层。聚焦行为变化，如：工作投入度变化，产出与效率的变化
- 第四层：绩效层或项目投资回报率

具体衡量方法与维度：

- 借助供应商报告，了解使用情况、员工咨询或关心的热点话题从而了解企业内的变化
- 危机事件的后续报告
- 咨询服务的后续回访，了解员工意见
- 通过量表了解员工变化。量表种类多样，企业可根据需要与目的进行选择。如：更贴近工作场所的 WOS 问卷 (Workplace Outcome Suite)