



ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №967

НОМИНАЦИЯ: ПРАКТИКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ/МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	CarMoney
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Орел
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	https://carmoney.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Марафон Эмоциональный интеллект
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Положительное влияние на деятельность организации (не более 3600 знаков с пробелами)

CarMoney - быстрорастущая технологичная компания, основным продуктом которой является выдача займа под залог автомобиля.

Компания быстро изменяется и развивается, поэтому сотрудникам важно быть гибкими, уметь адаптироваться, договариваться друг с другом в быстроменяющихся условиях, взаимодействовать кросс-функционально.

Контактный центр в компании является ключевым каналом взаимодействия с клиентами. Это канал, через который передается живой эмоциональный посыл компании в коммуникации от человека к человеку.

Поэтому перед командой обучения и развития персонала встала задача повышения уровня эмоционального интеллекта у сотрудников компании

- для качественного изменения в процессах коммуникаций с клиентами,
- внутренних коммуникаций сотрудников,
- укрепления эмоциональных связей внутри коллектива.

Для реализации поставленной задачи был запущен марафон «Эмоциональный интеллект».

Длительность марафона - 9 недель.

Цель:

Повысить лояльность клиентов к компании за счёт развития эмоционального интеллекта у сотрудников

Задачи:

- Вывести сотрудников на новый уровень сервиса, не свойственный для МФО
- Повысить у сотрудников уровень знаний в области эмоционального интеллекта
- Дать сотрудникам ресурсы для развития эмоционального интеллекта
- Эргономично встроить обучение в рабочий процесс

Действия:

- Мы создали уникальную вовлекающую среду с элементами игрофикации для развития эмоционального интеллекта
- Разработали программу, которая простыми словами, легко раскрывает тему эмоционального интеллекта
- Замотивировали сотрудников на дальнейшее развитие эмоционального интеллекта

При запуске марафона «Эмоциональный интеллект» мы учли, что в настоящее время сложно завладеть вниманием сотрудников и лучше воспринимается видеоконтент, поэтому знания давались в видеоформате в сочетании с яркими информационными коммуникациями в формате «поста в инстаграмм».

Также для марафона был разработан фирменный стиль: логотип, скринсейверы, футболки-поло с логотипом марафона, постеры для размещения в местах общего пользования, закуплены настольные игры для развития эмоционального интеллекта.

Марафон эмоционального интеллекта - это не только теория. Каждую неделю мы знакомили сотрудников с эмоцией, говорили о том, как эта эмоция может помочь в различных ситуациях взаимодействия с клиентами и коллегами.

Структура марафона эмоционального интеллекта

- Введение в понятие эмоциональный интеллект
- Знакомство с эмоцией «злость»
- Знакомство с эмоцией «страх»
- Знакомство с эмоцией «интерес»
- Знакомство с эмоцией «удивление»
- Знакомство с эмоцией «доверие»
- Знакомство с эмоцией «отвращение»
- Знакомство с эмоцией «печаль»
- Знакомство с эмоцией «радость».

2. Операционная эффективность (не более 1800 знаков с пробелами)

Мы провели исследование среди сотрудников, с просьбой сообщить нам, как на их взгляд марафон повлиял на результаты их работы, и получили следующие оценки:

- 30% сотрудников сообщили, что по итогам марафона они задумались о своем влиянии на впечатления клиентов о нашей компании и о впечатлении коллег об их работе
- 65% сотрудников отметили, что стали тратить меньше времени на реализацию ряда задач, так как перестали концентрироваться на негативных эмоциях, вместо которых пришло понимание своей роли и цели деятельности
- 40% сотрудников отметили свою нацеленность на решение проблемы клиента и на установление контакта с клиентом

В части операционной эффективности можно отметить, что использование навыков в моменте отразилось на ряде показателей компании:

- сократилось количество обращений клиентов (жалобы) на 10%
- увеличился процент качества при работе с клиентами на 25%
- показатель удовлетворенности клиентов (CSI) вырос на 0,3 (5,1 vs 4,8).

3. Клиентоориентированность (не более 3600 знаков с пробелами)

На решение клиента влияют впечатления, которые он получает во время взаимодействия с компанией. Эмоции формируют отношение потребителя к бренду и становятся решающим фактором при принятии решения.

Эмоциональный интеллект помог наладить правильный контакт с клиентами и полностью удовлетворить их потребности.

Хороший специалист контактного центра не только оперативно и эффективно решает вопрос клиента, но и позволяет почувствовать, что его вопрос на самом деле важен.

Сотрудники отмечают, что начали видеть в клиенте обычного человека, оказавшегося в той или иной ситуации, и осознавать себя тем человеком, который обладает знаниями и навыками, достаточными для того, чтобы решить вопрос клиента «здесь и сейчас».

Помимо роста операционных показателей, на 30% вырос показатель FCR – показатель решения вопроса клиента в момент обращения.

Пример коммуникации:

«Как ты поймёшь, что используешь эмоцию с пользой:

- ты понимаешь, почему вдруг почувствовал Доверие, умеешь прогнозировать развитие ситуации, улавливаешь, что располагает к тебе клиента/ что вызывает в нем Доверие;
- ты распознаешь Доверие в клиенте, улавливаешь, когда дистанция сокращается;
- ты умеешь вызывать Доверие к себе. И напротив, когда Доверие сопряжено с недопустимыми рисками, умеешь отстраниться и присмотреться повнимательнее.
- знаешь, как эмоция влияет на тебя и твой образ мысли, умеешь это использовать".

4. Вовлеченность сотрудников (не более 3600 знаков с пробелами)

О вовлеченности сотрудников говорит высокий процент просмотра видеороликов. Об этом свидетельствует статистика, которую анализировали каждую неделю.

Сотрудники писали письма на горячую линию обучения, спрашивали и ждали следующий этап марафона эмоционального интеллекта.

В переговорных комнатах были размещены прозрачные вазы с разноцветными конфетами, которые по цвету символизировали эмоции (цвет эмоций в соответствии с визуализацией в рамках марафона).

С целью большего вовлечения участников выделяли «амбассадоров» эмоционального интеллекта, которые получали в подарок футболку-поло с логотипом марафона. Промо в социальных сетях, после чего от сотрудников поступали вопросы, как стать «амбассадором» эмоционального интеллекта.

5. Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)

Креативные идеи марафона «Эмоциональный интеллект»:

- Разработан специальный дизайн: логотип, образно-цветовая визуализация эмоций (особая цветовая гамма для дизайна логотипа марафона). За основу были взяты образы эмоций из мультфильма «Головоломка». Специально под проект были прорисованы дополнительно три эмоции, которых нет в мультфильме: удивление, доверие, интерес.
- Видеоролики для передачи знаний об эмоциональном интеллекте и каждой эмоции
- Баннеры на корпоративном портале
- Скринсейверы на рабочих столах компьютеров всех сотрудников
- Постеры с логотипом эмоционального интеллекта в рабочих зонах и зонах отдыха, на которых был размещён QR-код для просмотра видеороликов про эмоции
- Проводилась информационная рассылка 2 раза в неделю. 1ая коммуникация - каждая эмоция рассказывала о себе от первого лица в формате поста в инстаграмм, была размещена ссылка для просмотра видеоролика. 2ая коммуникация - итоги, сотрудники получали простые упражнения «лайфхаки» для управления эмоциями
- Были определены «амбассадоры» эмоционального интеллекта - сотрудники, которые просмотрели 100% видеороликов про эмоции в рамках марафона. Для награждения амбассадоров футболками-поло с логотипом марафона лично приезжали коллеги из ГО. Награждение снимали на видео, размещали в социальных сетях
- Проводились еженедельные флешмобы во время которых амбассадоры эмоционального интеллекта приходили в брендованных футболках
- В переговорных комнатах были размещены вазы с конфетами, символизирующими цвет эмоций
- Были проведены настольные игры для развития эмоционального интеллекта, все сотрудники получили возможность участвовать.
- В завершении марафона был размещён мобильный стенд, который работал как барометр уровня знаний об эмоциональном интеллекте.

6. Лучшие практики в индустрии (не более 1800 знаков с пробелами)

Сам термин «эмоциональный интеллект» на первый взгляд может вызывать негативную реакцию, так как затрагивает очень личные качества сотрудника. Мы проанализировали, как развитие эмоционального интеллекта происходит в других компаниях, и не нашли комплексных решений. Мы самостоятельно разработали и успешно внедрили собственную программу, которая показала очень высокие результаты и встретила высокий уровень эмоционального отклика у сотрудников.

Программа содержит все элементы, необходимые для успешного развития этого необходимого навыка:

- Доступность информации – в виде постеров, баннеров на портале, стендов в зонах отдыха
- Диджитал-подход – просмотр видеороликов об эмоциях, в том числе с помощью мобильного приложения без необходимости выхода в интернет
- Поэтапность – одна идея в неделю
- Высокий уровень вовлеченности – как амбассадоров, которые являются сотрудниками из разных подразделений, так и всех сотрудников, которые не могли не задуматься об уровне проявления тех или иных качеств, необходимых для повышения качества коммуникаций.
- Простота подачи информации – доступным языком, в привычном для пользователей формате «поста в инстаграм».

7. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

Итоги марафона «Эмоциональный интеллект»:

- «На ура!»
- Поступил запрос на дальнейшее развитие эмоционального интеллекта о управляющих компанией
- Повысился уровень лояльности клиентов к компании: прирост количества вторичных займов составил 55% (ноябрь vs сентябрь 2019).

3. Сотрудники были вовлечены на 80%

Следующий шаг: дистанционное модульное обучение:

- Эмоциональный интеллект (EQ) _базовый курс
- Ворк-шоп с упражнениями из продвинутого курса

Эмоциональный интеллект (EQ) _продвинутый курс

Отзывы клиентов:

«Спасибо за ориентир на клиента и оперативность...», «...Благодарю за индивидуальный подход!»

Отзывы сотрудников:

«Я узнала, что даже негативными эмоциями можно управлять. Лайфхаки по управлению злостью помогают мне в повседневной работе с обращениями клиентов»

«Я поняла, что из негативных эмоций можно сделать выводы и преобразовать в нужное русло, это хорошо работает в конфликтных ситуациях с клиентами!»

«Приятно смотреть, легко воспринимается, носит полезную содержательную основу, которую можно в нашем ритме работы осознать, оценить и применить в работе с клиентом внешним и внутренним».

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:

ФАМИЛИЯ	Княгинина
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Евгения
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель направления обучения