




## ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

**ID:** №2434

**НОМИНАЦИЯ:** ЛУЧШАЯ ПРАКТИКА ВОВЛЕЧЕННОСТИ/МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

<b>НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА</b>	Банк ВТБ. Департамент клиентского обслуживания
<b>ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА</b>	Барнаул, Воронеж, Москва, Оренбург, Самара, Чебоксары
<b>ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ</b>	<a href="https://www.vtb.ru/">https://www.vtb.ru/</a>
<b>НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА</b>	Игра для сотрудников Контактного центра - Башня Пяти Стихий
<b>ИМИДЖ НОМИНАНТА</b>	
<b>Сопроводительный файл 1</b>	<a href="#">Посмотреть загруженный файл »</a>
<b>Сопроводительный файл 2</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
<b>Сопроводительный файл 3</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ
<b>ССЫЛКА на Youtube</b>	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

## ЭССЕ НОМИНАНТА

### Описание организации (100 слов).

Банк ВТБ – системообразующий универсальный российский банк, один из лидеров рынка финансовых услуг. Он ведет свою историю с 1990 года, является одним из лидеров по величине активов среди банков России и надежным работодателем для более чем 58 тыс. специалистов.

Более 6,5 тыс. крупных отечественных предприятий и 858 тыс. компаний малого и среднего бизнеса пользуются банковскими и инвестиционными продуктами и услугами ВТБ. Число активных розничных клиентов банка превышает 15 млн. человек.

Команда Департамента клиентского обслуживания осуществляет дистанционное обслуживание клиентов 24/7 и состоит из 2,5 тыс. человек. ДКО охватывает 5 часовых поясов и располагается в 6 городах – Барнаул, Оренбург, Самара, Чебоксары, Москва, Воронеж.

### Цель проекта (не более 1800 знаков с пробелами)

Геймификация в современной реальности стала настолько популярна, что игровые элементы можно встретить буквально везде: когда поднимаетесь по лестнице, выносите мусор, покупаете билеты на самолёт или планируете пробежать свой первый марафон.

В контактном центре Банка ВТБ геймификации также уделяется большое внимание. С помощью игровых механик мы делаем работу наших сотрудников ярче и привлекательнее, а ежедневное выполнение показателей приобретает соревновательный характер и открывает широкие возможности их реализации в игровом пространстве.

Уже более 9 лет наши операторы принимают участие в различных активностях. При этом мы постоянно пересматриваем и обновляем действующую систему геймификации в зависимости от меняющихся внешних или внутренних условий, учитывая стратегию бизнеса и мнение сотрудников.

Весной 2022 года наш банк в числе первых попал под санкции. Нагрузка на дистанционные каналы обслуживания клиентов резко возросла. Нашим сотрудникам как воздух был нужен заряд энергии и стимул выстоять в новых условиях работы. И мы, как опытные геймификаторы, взялись за разработку проекта, который мог бы в этом помочь.

Таким образом был заложен фундамент «Башни 5 стихий» - нового виртуального игрового пространства.

Главной целью проекта стала мотивация сотрудников контактного центра в этот непростой период удержать целевые показатели эффективности и качество сервиса на «до кризисном» уровне. А нам, как авторам проекта, необходимо было создать простое и интуитивно понятное игровое пространство с прозрачной логикой и привлекательным дизайном.

## **Суть проекта (не более 3600 знаков с пробелами)**

«Привет, искатель приключений!

Тебе представилась уникальная возможность принять участие в игре и покорить таинственную Башню 5 стихий!

Стать настоящим героем и получить сокровища тебе помогут уникальные способности, которые ты приобрел за время нахождения в контактном центре...».

Так игра приветствовала каждого сотрудника, участвовавшего в проекте.

В мае у всех игроков на рабочем компьютере появился новый ярлык, который вел сотрудников в заколдованный мир, где им предстояло пройти сквозь туманность, победить драконов и покорить Башню 5 стихий.

**Старт.** Над созданием игры работала команда, в которую вошли представители разных отделов нашего департамента и Акселератора. Разработчики подготовили дизайн элементов игрового интерфейса, а также модель начисления игровых ключей в зависимости от выполнения KPI. В рамках игры сотрудники должны совершать определенные действия и выполнять установленные KPI. В качестве вознаграждения им начисляются «бонусы», которые можно тратить в рамках существующей мотивационной платформы.

Размещение игры было реализовано на отдельной WEB-странице.

**Процесс.** Путникам предстояло преодолеть 27 этажей башни. Чтобы перейти с одного этажа на другой, нужно было открывать заколдованные двери специальными ключами, которые участники получали за выполнение основных показателей.

За дверями были спрятаны волшебные сундуки с сокровищами: рунами, ключами, амулетами и

монетами (внутренней виртуальной валютой КЦ). Искатели приключений в закрытых комнатах должны были найти книги 5 стихий (огонь, вода, воздух, земля и грозовые молнии), только обладатель всех книг мог покорить башню. На вершине башни победителя ждала главная сокровищница.

В начале игры сотрудник выбирал себе персонажа и девиз, который отражал его индивидуальность. Описание каждого персонажа соответствовало характеристикам оператора контакт-центра, делая игру еще более интересной и привлекательной.

**Правила.** Чтобы открыть все двери башни, нужно было ежедневно выполнять ключевые показатели эффективности на 100% и более. Чем лучше выполнение KPI, тем больше ключей в день можно получить. Дополнительные ключи находились в сундуках, либо их можно было обменять - 5 рун на 1 ключ (1 руна давалась каждый день за вход в игру). В особо сложные периоды высокой нагрузки на линию количество начисляемых ключей увеличивалось в 2 или 3 раза.

Основными показателями в игре стали среднее время диалога (АНТ), удовлетворенность клиентов (CSI) и продажа продуктов и услуг банка. Все игроки имели доступ к таблице рекордов, где ежедневно обновлялись данные по показателям и расчету ключей. Для справедливой логики определения результатов сотрудники соревновались отдельно в рамках своего функционала. У каждого из направлений был свой лидерборд. Победителями игры стали по одному сотруднику от каждого направления, которые добрались до вершины первыми. Им и открылась сокровищница с огромным количеством брендированных подарков, которые сделают любое реальное путешествие комфортнее: толстовка, рюкзак, дождевик, термкружка, плед для пикника, power bank, беспроводные наушники, зонт, футболка и другие полезные аксессуары.

## **Вовлеченность сотрудников (не более 1800 знаков с пробелами)**

Игра стала ярким событием благодаря команде разработчиков, аналитиков и специалистов по внутренним коммуникациям. Их слаженная работа позволила реализовать «Башню 5 стихий» в кратчайшие сроки - от разработки до внедрения в контур банка прошло всего 3 месяца. Оперативность запуска игры помогла поддержать качество и скорость обслуживания клиентов банка на высоком уровне в сложный период.

Также успешности игры способствовало тесное сотрудничество с руководителями - до запуска игры для них была проведена подробная презентация, и затем они активно анонсировали ее своим сотрудникам. В процессе игры размещали лидерборды на информационные стенды группы и озвучивали лидеров на планерках. Такая командная работа обеспечила ежедневный вход в игру 72% участников.

**Обратная связь.** Для исследования вовлеченности сотрудников в проект мы провели опрос, который позволил оценить его эффективность со стороны игроков:

- 76% опрошенных игра мотивировала на достижение и улучшение показателей;
- 64% оценили на «отлично» динамику и логику игры;
- 96% игроков отметили сюжет как захватывающий и затягивающий;
- 100% сотрудников оценили интуитивно простотой и понятный интерфейс.

По мнению участников главными мотиваторами для них стали:

- классные призы;
- возможность получения дополнительной внутренней валюты (ВТБшки);

- соперничество в игровой форме;
- интересный сюжет;
- яркий дизайн игры (красивые аватары, четкая графика)

**Коммуникации.** Для поддержания динамики игроки получали яркие стилизованные уведомления о ключевых событиях – начислении ключей, обновлении рейтинга. Это позволяло привлечь внимание к игре и стимулировало на выполнение KPI. Для вовлечения сотрудников в игру в период ее старта мы запустили флешмоб «Я в игре», где сотрудники делились своими селфи на фоне игры.

## **Клиентоориентированность, способность слушать и слышать клиента (не более 1800 знаков с пробелами)**

Безусловно, все что мы делаем – делаем для клиента. Мы стремительно развиваем и улучшаем наши сервисы, продукты и услуги. Каждый рабочий день наших сотрудников наполнен желанием помогать и поддерживать наших клиентов, оставляя после взаимодействия с банком только приятные впечатления.

По итогам финального независимого замера индекса лояльности и удовлетворенности клиентов услугами банковских контакт центров 2022 г. контактный центр ВТБ вырос на 4 п.п. и занял 3 место в рейтинге. Это стало возможным благодаря:

- операционным изменениям. В течение года были внедрены выделенные направления по обслуживанию в КЦ мобилизованных клиентов, людей с ограниченными возможностями здоровья, пенсионеров;
- развитию речевой аналитики. Был реализован классификатор обращений клиентов через речевую аналитику (РА), и к концу 2022 года 100% траффика ежедневно проходит классификацию в РА и передается в хранилище. Запущен автоматический контроль качества в чате - текстовая аналитика.
- инновациям в обучении. В рамках стратегии развития интеллектуальных методов в обучении фронт-линии был проведен пилот обработки навыков общения со сложными клиентами с помощью инновационного тренажера, который умеет имитировать «живого» человека. Пилот признан успешным и будет реализован в 2023 году.

Все это позволило обеспечить прирост доли удовлетворенных клиентов работой контакт центра на 2,7 п.п. И мы гордимся, что проект «Башня 5 стихий» тоже положительным образом сказалась на этих результатах.

Всегда в фокусе нашего внимания находится и безопасность наших клиентов. В 2022 году мы сократили финансовые потери клиентов до минимума - на 98,4%, а общая сумма спасенных средств составила 155,3 млн. руб.

## **ИТОГИ: какие были результаты? (не более 3600 знаков с пробелами)**

ВТБ - динамично и устойчиво растущая универсальная финансовая группа, которая призвана быть для своих клиентов финансовым партнером первого выбора, обеспечивая их потребности наиболее удобными и современными способами.

В департаменте клиентского обслуживания мотивировать сотрудников на сверхрезультат помогает система геймификации. Активное применение игровых механик позволяет нам быть эффективными

даже в меняющихся условиях.

Запуская любой новый проект, мы всегда ставим перед собой конкретные цели.

Выше мы поделились результатами исследования вовлеченности персонала в проект. Вторым обязательным критерием для оценки эффективности проекта является влияние на бизнес.

Для оценки бизнес-результатов игры «Башня 5 стихий» мы провели анализ выполнения ключевых показателей эффективности игроками в сравнении с контрольной группой:

- Среднее время диалога (АНТ). Динамика показателя АНТ у участников игры на 1,5% лучше.
- Показатель удовлетворенность клиентов (CSI). Динамика у покорителей башни лучше на 3,7%.
- Продажа услуг и продуктов банка. За период игры участники продемонстрировали рост данного показателя на 9,2%.

Победители игры показали наилучший результат среди своих коллег-игроков. Лидер в голосовом канале обслуживания клиентов существенно перевыполнил ЦЗ по оцениваемым показателям. Процент выполнения составил: АНТ - 117%, CSI - 137%, продажа - 124%.

Лидер от направления ЧАТ продемонстрировал выполнение: АНТ - 104,3%, CSI - 135%, продажа - 161%.

Приятным дополнением стал пролонгированный эффект от игры. В течение 3х месяцев, когда проводился анализ показателей, сохранялась положительная динамика основных показателей у игроков.

Мы смотрим в будущее, создавая платформу для поддержания бизнеса в условиях существующих тенденций. «Башня 5 стихий» позволила нам обеспечить высокую вовлеченность сотрудников в рабочие процессы, благодаря учету интересов нынешнего поколения сотрудников - использование статусов, наград, достижений, сюжетной линии и привлекательного дизайна. Сами же операторы получили удовольствие от процесса игры, с ее помощью у них появилась возможность выполнять ежедневные задачи играючи, проходя интересный квест.

Подтверждением этому стали результаты внутреннего опроса персонала о нематериальной мотивации. По его результатам у сотрудников, игравших в «Башню 5 стихий», на 21% выше удовлетворенность проводимыми конкурсными мероприятиями. Многие сотрудники, не участвовавшие в проекте, отметили, что хотели бы окунуться в мир виртуальной реальности на рабочем месте и пройти этот путь от начала до конца.

Высокая оценка игры ее участниками и перевыполнение всех KPI, установленных в игре, наглядно демонстрирует ее эффективность, положительное влияние на вовлеченность сотрудников, на повышение лояльности и удовлетворенности клиентов. Все это говорит о перспективе успешности проекта при его запуске на операторов всех направлений.

## **Инновации и креативность (не более 1800 знаков с пробелами)**

В игре «Башня 5 стихий» мы вывели нашу геймификацию на новый уровень, связав виртуальную реальность с ежедневными показателями эффективности работы. Это полноценная компьютерная игра, которая позволяет сотрудникам, находясь на рабочем месте, погрузиться в красочный виртуальный мир.

В игре нам удалось реализовать множество преимуществ:

- Трансформация выполнения показателей в виртуальном пространстве – создание игрового мира с визуализацией, движением, развитием облегчает путь к достижению рабочих целей,

превращая его в увлекательный квест.

- Персонажи и девиз – ежедневная возможность выбора позволяет сотруднику самовыражаться и поднимать настроение. К примеру, персонаж «Паладин еще с рождения перенял опыт и знания предков. В его чертогах разума хранится вся возможная информация и ответ на любой вопрос. Мудрость и рассудительность Паладина помогли ему стать самым авторитетным советником для клиентов и бесценным другом и наставником для всех сотрудников контактного центра».
- Высокая технологичность игрового процесса – сюжет, приятная визуализация, интересные персонажи, динамика и периодические обновления не давали превратить игру в рутину и повышали ее привлекательность для сотрудников.
- Ежедневное начисление ключей - позволяло игрокам понимать результат своей ежедневной работы и оперативно реагировать на их изменение, а также поддерживало интерес к игре.
- Использование описаний и формулировок, связывающих игровое пространство и рабочий процесс, – для большего погружения в игру и повышения интереса. Угадайте, какой показатель описан: «Дар ораторского мастерства, возможность лаконично и доходчиво объяснить самую сложную и многоступенчатую информацию поможет моментально оказывать помощь клиентам»? Верно, здесь зашифровано среднее время диалога (АНТ).

## **ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА:**

<b>ФАМИЛИЯ</b>	Ярлыкова
<b>ИМЯ ОТЧЕСТВО</b>	Виктория Борисовна
<b>ДОЛЖНОСТЬ</b>	Эксперт