

Sape'

КАКИЕ КРІ У МАГА?

Как архетип компании может быть отражен в мотивации сотрудников

ТАТЬЯНА МЕРКУЛОВИЧ

Коммерческий директор Sape



- Опыт управления рекламными агентствами более 10 лет
- Финалист CX World Awards 2022 в номинации «CX-директор»
- Победитель CX World Awards 2019/20/21 в номинации «Лучший командный лидер клиентского сервиса»
- Финалист конкурса Лидеры Рунета в номинации «Менеджмент - Digital агентства»
- Автор книги «Performance-маркетинг: заставьте интернет работать на вас»
- Член Ассоциации профессионалов клиентского опыта России (АПКОР) и Ассоциации развития digital-агентств (ARDA)



Sape — развиваем продукты в ключевых направлениях digital

Links.Sape — крупнейшая в мире экосистема линкбилдинга

RTB.Sape — SSP рекламная сеть, 6 млрд показов медийной рекламы в месяц. DSP решение для покупки programmatic-рекламы

Sape.Agency (IQAD) — технологическое агентство продвижения

Repometr — привлечение клиентов из картографических сервисов и агрегаторов отзывов

Salist — сервис аналитики маркетплейсов

Seowizard — сервис самостоятельного SEO-продвижения для малого бизнеса

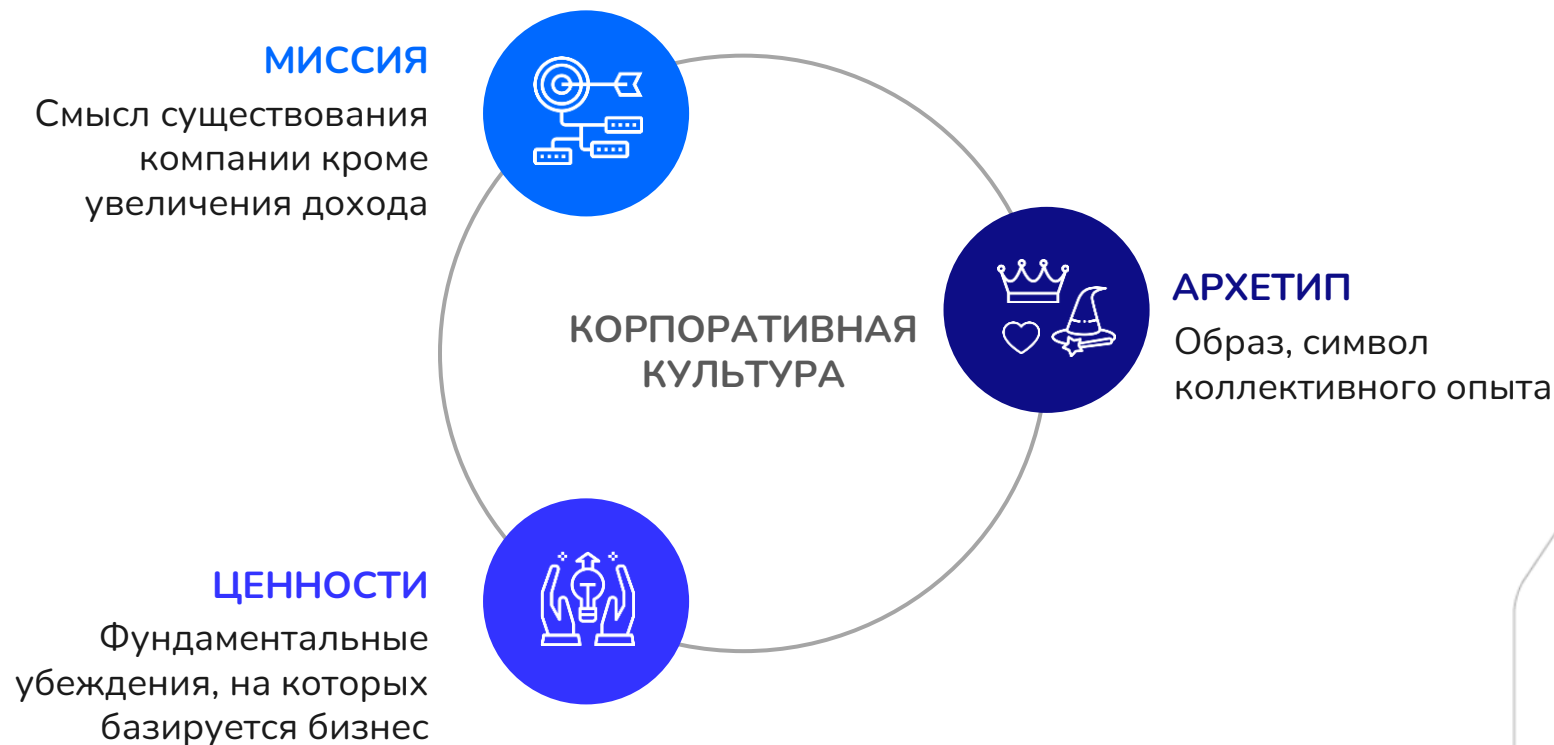


Коноцуке Мацусита / 1932 г.

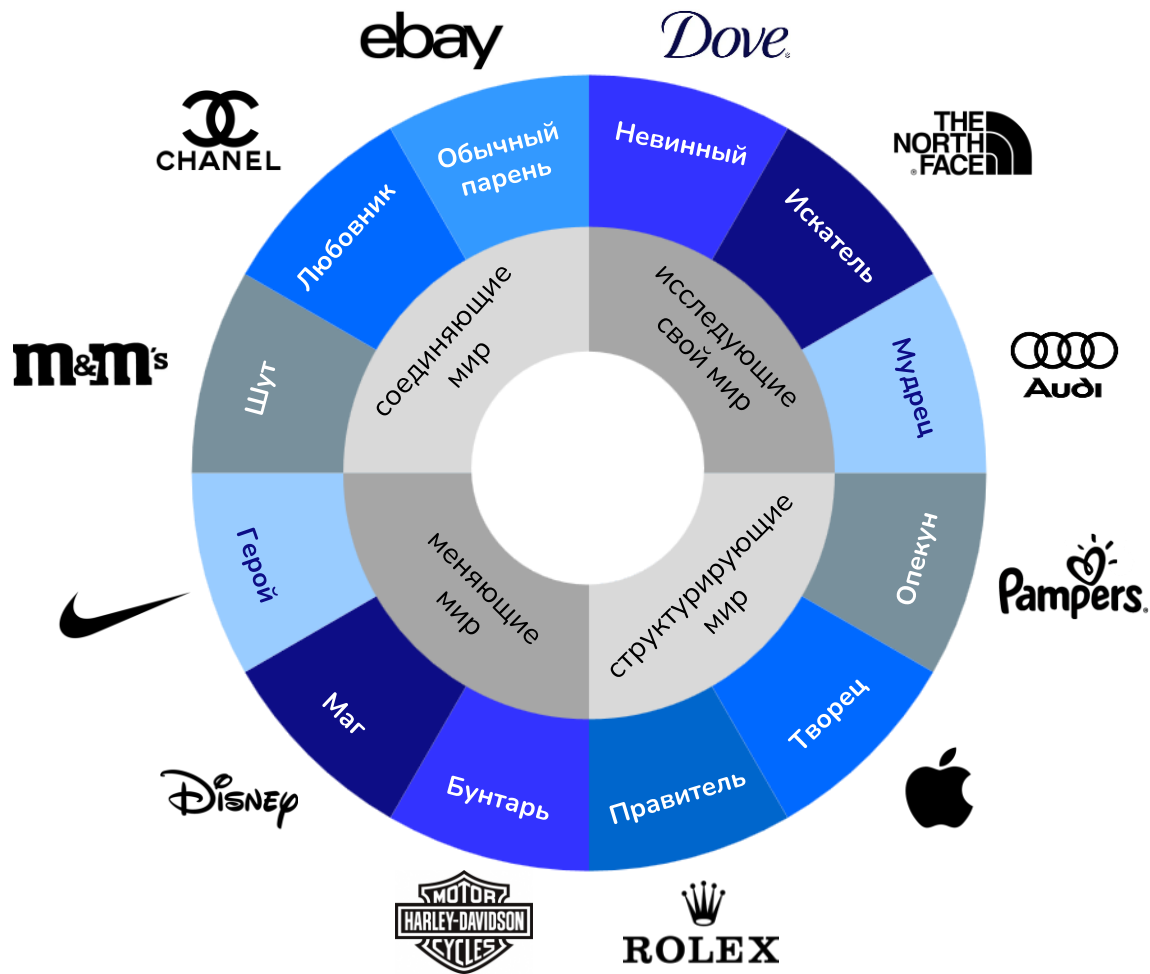
«Наша миссия как производителя состоит в том, чтобы создавать материальное изобилие, поставляя товары так же обильно и недорого, как водопроводную воду.

Именно так мы можем искоренить бедность, принести счастье в жизнь людей и сделать этот мир лучше»

Корпоративная культура

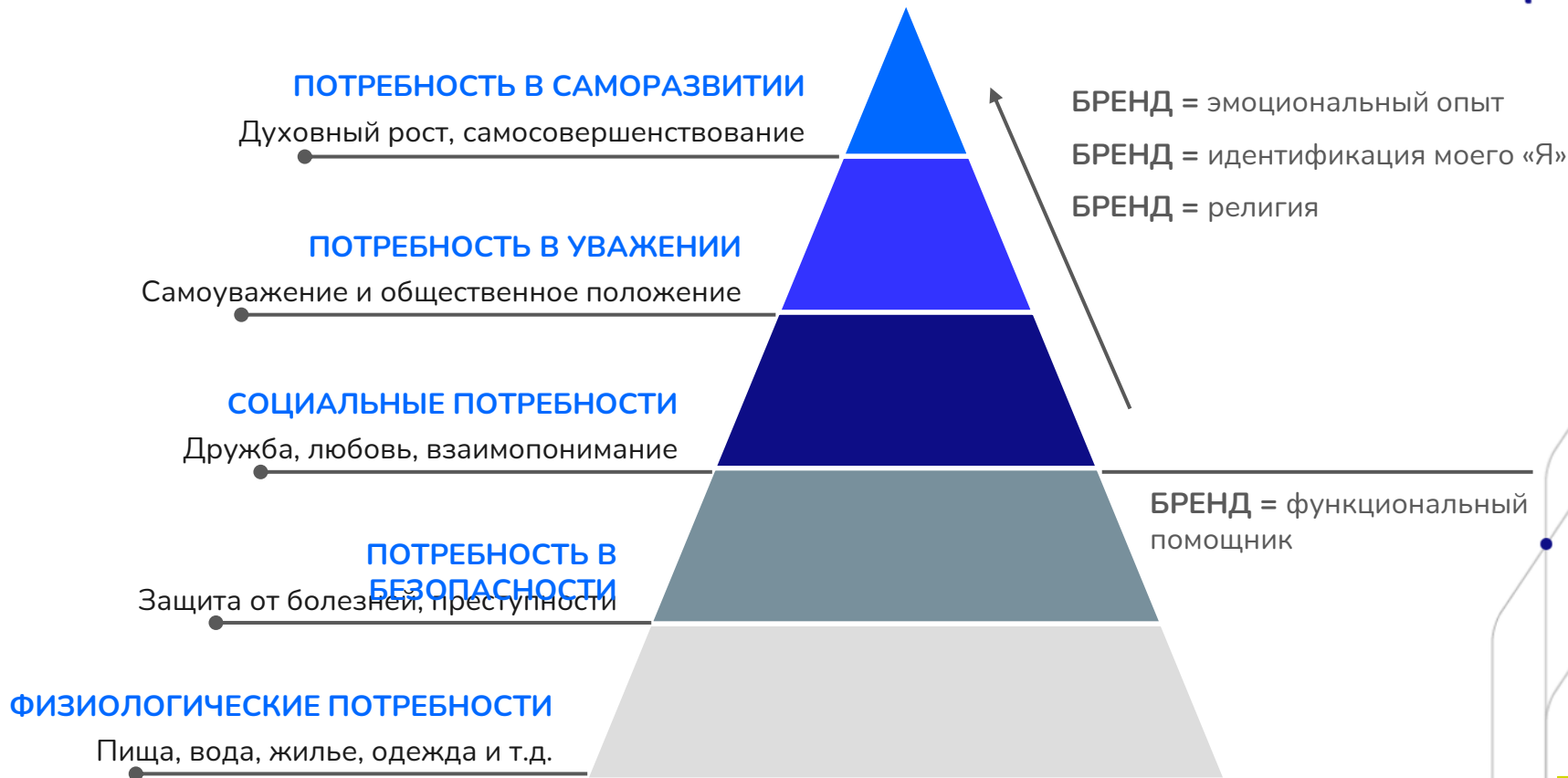


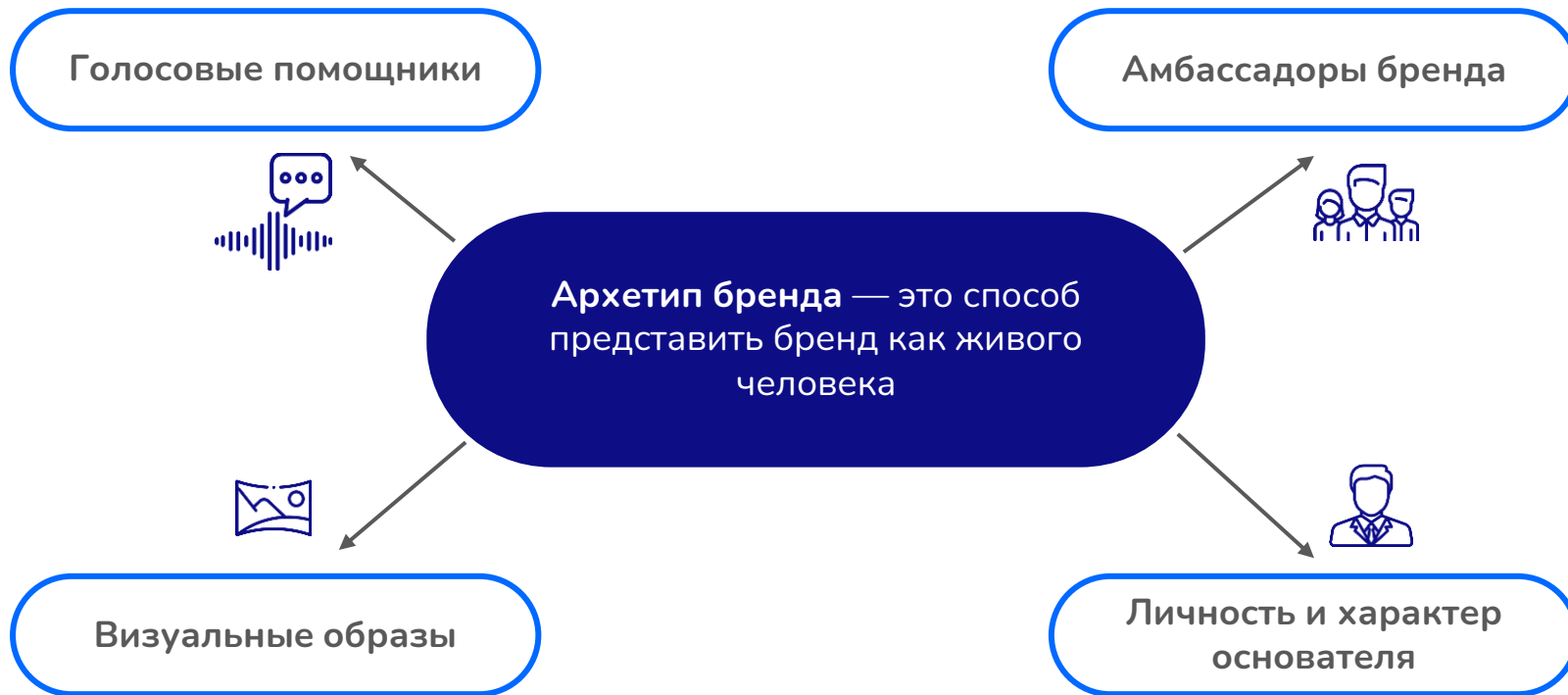
Архетипы



Sape

Из В2Х в Н2Н





Трансляция на рынок

Sape[®]

Разработка и реализация PR-стратегии
в соответствии с убеждениями
компании

Клиенты чаще обращаются
в компании, чьи ценности
совпадают с их собственными

ВНЕШНИЙ МИР

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

Компания
и её
архетип

Зачем говорить об архетипе с сотрудниками?

Разработка и реализация PR-стратегии в соответствии с убеждениями компании

Клиенты чаще обращаются в компании, чьи ценности совпадают с их собственными

ВНЕШНИЙ МИР

ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ

Компания
и её
архетип

Создание сплоченного коллектива из людей с похожими жизненными принципами

Сотрудникам комфортнее работать в компании, убеждения которой они разделяют

Немного статистики

25%

соискателей изучали
корпоративные ценности
перед откликом на вакансию

18%

отказывались от оффера,
если культура компании
не совпадала с их ожиданиями

Поколение «миллениалов» в США соглашается на снижение заработной платы на 7 600 долларов в год при наличии прочной корпоративной культуры, возможности карьерного роста и других факторов, которые улучшают общее качество жизни

Согласно [исследованию](#) рекрутинговой компании Hays в 2020 году

Ценности, которые ничего не стоят для того, кто их утверждает, не имеют значимости и для всех остальных.

Они также требуют действий, ведь ценности без действий – это просто пустые слова.

Обучите вначале руководителей и ключевых лидеров мнений



Обладают ли они качествами вашего архетипа?



Готовы ли быть его амбассадорами, апологетами?

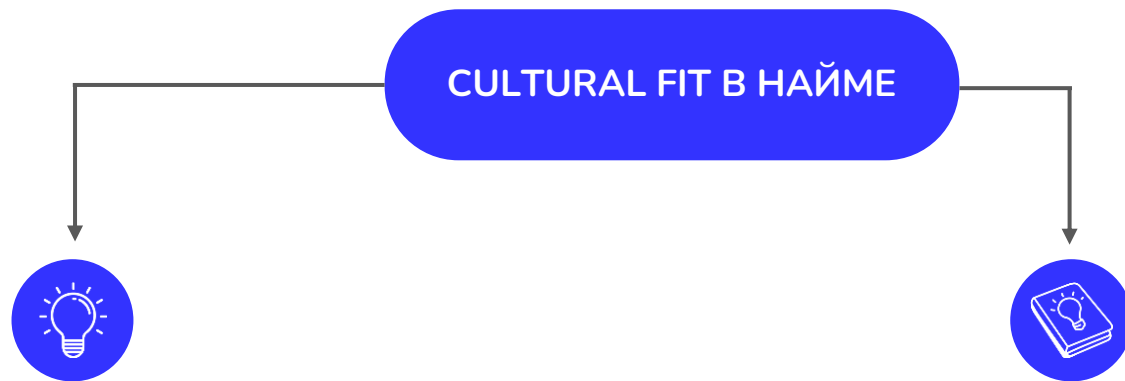


Соответствуют ли внутренние правила поведения для сотрудников и этические принципы ведения бизнеса ценностям?

Фирменная смысловая анимация
Корпоративные ивенты
Развивающие диалоги и тренинги
Интерактивные конкурсы
Брендированный мерч

Zappos сделал раскраски-антистресс с корпоративными ценностями для сотрудников, а те поделились ими с друзьями и родственниками





Рекрутеры должны быть адептами ценностей и архетипа

Формализация — описание поведенческих проявлений нужных черт характера и ценностей у сотрудников, коррекция бизнес-процессов, внедрение новых HR-процессов под реализацию и поддержание образа бренда

Вовлеченность сотрудников

Sape



Погружение в корпоративную культуру в рамках плана адаптации



Обратная связь от сотрудников в формате сторителлинга



Опросы eNPS



Истории успеха

Нематериальная мотивация сотрудников



Награждение лучших — выделять тех сотрудников, которые всем своим поведением и результатами работы демонстрируют приверженность ценностям и отражают архетип бренда

Материальная мотивация. KPI

СТРАТЕГИЯ ЖИЗНИ

ПОИСК СВОЕЙ
ИНСТИНЫ

Идеолог (Невинный)
Исследователь (Искатель)
Эксперт (Мудрец)

Лидерство
мнений

Решение
вопроса клиента
за 1 обращение

НЕСОГЛАСИЕ,
БОРЬБА, ЖАЖДА ИЗМЕНЕНИЙ

Лидер (Герой)
Новатор (Бунтарь)
Визионер (Волшебник)

Проектные KPI
Результативность
гипотез
Подтверждение MVP
и PMF
NPS

УПРАВЛЕНИЕ
И ПРЕУМНОЖЕНИЕ

Ментор (Родитель)
Создатель (Творец)
Управленец (Правитель)

Рост оборота
% Churn
MAU
Сбор ДЗ
Средний чек

ЕДИНЕНИЕ
С ОБЩЕСТВОМ

Партнер (Славный малый)
Коммуникатор (Любовник)
Спикер (Шут)

NPS
Снижение кол-ва жалоб
Соблюдение
SLA
Оценка качества
ответа

Резюмируем

1 Если компания утверждает, что её архетип Новатор, то она не имеет права требовать от сотрудников работы по определенной схеме только потому, что «так делалось всегда».

Вместо этого нужно активно рассматривать новые идеи и поощрять их воплощения

2 Согласованность необходима на каждом уровне: от публичного интервью основателя до карты KPI рядового сотрудника

ТАТЬЯНА МЕРКУЛОВИЧ

ССО Sape

+7(920)741-16-51

t.merkulovich@sape.ru

TenChat @tmerkulovich