




ИНФОРМАЦИЯ ДЛЯ ОЦЕНКИ НОМИНАНТА

ID: №8497

НОМИНАЦИЯ: ЛУЧШАЯ ПРОГРАММА/ПРАКТИКА «ГОЛОС СОТРУДНИКА», ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ ОТ ПЕРСОНАЛА

НАЗВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИИ/БРЕНДА	Tele2
ГОРОД РАЗМЕЩЕНИЯ ПЛОЩАДКИ НОМИНАНТА	Ростов-на-Дону
КОЛ-ВО СОТРУДНИКОВ (FTE) НА ПЛОЩАДКЕ НОМИНАНТА	25000
ВЕБ-САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ	http://www.tele2.ru
НАЗВАНИЕ/ИМЯ НОМИНАНТА	Обратная связь от сотрудников - От слов к делу.
ИМИДЖ НОМИНАНТА	
ССЫЛКА на Youtube	ИНФОРМАЦИЯ ОТСУТСТВУЕТ

ЭССЕ НОМИНАНТА

1. Краткое описание (не более 1800 знаков с пробелами)

Одна из стратегических целей компании Tele2 - быть лучшим работодателем на рынке России. Мы не только оказываем качественную поддержку нашим сотрудникам, но и развиваем их в зависимости от изменений потребностей, слышим их обратную связь и воплощаем идеи в реальность в виде уникального и честного продукта, улучшений условий труда, внедрения инноваций в рабочие процессы. Это напрямую перекликается с одной из составляющих миссии сервиса - «Счастливый сотрудник - счастливый клиент».

В Дистанционном сервисе Tele2 - реализовано несколько уникальных проектов, которые позволяют работать с обратной связью от сотрудников:

- Walk the Talk - мобильное приложение, доступное внутренним сотрудникам компании. В приложении сотрудники могут оставить свои идеи, которые помогают оптимизировать и развить клиентский сервис и внутренние процессы компании. В приложении можно работать по трем стримам: улучшения, идеи, тесты (по определенному продукту или процессу, например, «Продажи sim-карт B2C).
- Лаборатория качества. Цель проекта - вовлечь максимальное количество сотрудников в изменение клиентского сервиса через исследование клиентского опыта при запуске нового продукта. За 72 часа до запуска сотрудники рабочей группы дистанционного сервиса

тестируют все системы самообслуживания – личный кабинет, сайт, возможность управления услугой через IVR и оператора контактного центра, анализируют готовность к изменению обслуживания в digital каналах.

Мы прислушиваемся к ОС сотрудников и за счёт увеличения вовлеченности, мы продолжаем улучшать условия работы, они становятся ещё комфортнее. А также развиваются продукты компании и процессы.

2. Заинтересованные участники (стейкхолдеры) (не более 1800 знаков с пробелами)

Стейкхолдеры

Все сотрудники компании Tele2

Амбассадоры проекта

Департамент Дистанционного сервиса

Служба развития цифрового обслуживания клиентов

Дирекция по развитию цифрового канала

Дирекция по управлению клиентским опытом

Управление по операциям и развитию регионов

Объединенный центр поддержки дистанционного сервиса

Управление по организационному развитию и управлению персоналом

Дирекция по стратегическому развитию продуктового портфеля

Отдел по управлению эффективностью и монетизацией дистанционных продаж и сервиса

3. Подходы, методики, применение (не более 3600 знаков с пробелами)

Сбор обратной связи от сотрудников – это регулярный и непрерывный процесс.

В данной номинации нам бы хотелось поделиться двумя уникальными проектами, которые мы смогли реализовать.

Walk the Talk – «От слов к делу». Это отдельное корпоративное приложение, которое доступно всем сотрудникам компании. Через приложение сотрудник может поделиться обратной связью, которая касается абсолютно любого продукта или процесса.

В разделе «Улучшения» выделяется более 10 блоков для обратной связи.

Все сотрудники сервиса пользуются такими же услугами и тарифами, как и наши клиенты, поэтому обратная связь, которую мы получаем от сотрудников по улучшениям – объективна. Он на это смотрят глазами клиента.

В разделе «Идеи» сотрудники могут оставлять свои идеи. Tele2 – трендсеттер на телеком-рынке, и многие инновационные идеи, предлагают наши сотрудники самостоятельно.

Например, идея сервиса «Обмен минут на ГБ», была предложена сотрудником компании.

В разделе «Тесты» сотрудники могут проходить тестирование по конкретному продукту. Исходя из результатов тестов, мы видим в каком направлении нужно развивать тот или иной продукт.

Уникальность проекта в том, что сотрудники не просто оставляют идеи, они видят, ответственных за их реализацию, и в каком статусе она сейчас находится. «Принята на рассмотрение», «Реализована». Это очень мотивирует: твою обратную связь слышат и работают с ней.

В приложении есть возможность посмотреть всю историю своих идей, комментариев и тестов.

В приложении есть система геймификации, в соответствии с которой можно посоревноваться с другими сотрудниками.

За самые инновационные идеи и предложения – сотрудники получают поощрения в виде ценных подарков.

В каждом Департаменте и Макрорегионе у приложения есть амбассадоры, которые являются носителями ценностей по улучшению и продвижению проекта.

Вся обратная связь, которая подается через приложение – категоризируется и маршрутизируется в направления, ответственные за реализацию, например, продукт, сервис, digital.

Второй уникальный проект - «Лаборатория качества». Цель проекта – вовлечь максимальное количество сотрудников в изменение клиентского сервиса через исследование клиентского опыта при запуске нового продукта.

За 72 часа до запуска сотрудники рабочей группы дистанционного сервиса тестируют все системы самообслуживания – личный кабинет, сайт, возможность управления услугой через IVR и оператора контактного центра, анализируют готовность к изменению обслуживания в digital каналах. Оценку готовности дают с точки зрения простоты и удобства самообслуживания для клиента и готовности операторских приложений. В рабочую группу входят сотрудники разных отделов дистанционного сервиса - старшие и ведущие специалисты, директор дистанционного сервиса, службы цифирного обслуживания, специалисты и эксперты, контроль качества, амбассадоры бренда. Таким образом мы обеспечиваем всестороннюю оценку продукта. Отдельное внимание при тестировании уделяем системам, в которых работают наши сотрудники.

Всю обратную связь по новому продукту собирает Отдел по управлению эффективностью и монетизацией дистанционных продаж и сервиса, консолидирует ее и отправляет заинтересованным на корректировку и исправление багов, если они имеются.

Сотрудники, участвующие в «Лаборатории качества», заполняют определенные чек-листы, которые включают в себя: клиентские пути и сценарии, автоматизированные каналы, внутренние системы для обработки обращений по данной тематике.

4. Честность, прямота и доверие (не более 3600 знаков с пробелами)

Профессиональный и максимально вовлеченный персонал является главным звеном в формировании высокого уровня развития компании и позитивного клиентского опыта.

На регулярной основе проводятся опросы по удовлетворенности работой кросс-функциональных отделов и служб. Мы идем в ногу со временем и соответствуем изменениям, которые происходят на рынке, гибко и эффективно на них реагируем и адаптируемся под изменения. И только одно остается неизменным - это наши ценности.

Одной из ценностей компании является открытость. Поэтому сотрудники максимально вовлечены в участие проектах «Walk the Talk» и «Лаборатория качества».

Честность, прямота и доверие к этим проектам формируется посредством принципа полной прозрачности и доступности. Ты не только можешь подать идеи, предложить улучшение, ты видишь статус по выполнению и реализации этих идей. Ответственных за нее лиц и департаментов.

Твое предложение не улетает «в никуда», твоё предложение берут в работу и занимаются им.

В рамках проекта «Лаборатория качества», сотрудники получают доступ к уникальным продуктам, до того момента как их увидит весь рынок. И это очень мотивирует: быть причастным к улучшению клиентских путей и сценариев.

Наша компания проводит ежегодные опросы по вовлеченности. При этом с помощью проектов «Walk the Talk» и «Лаборатория качества» сотрудники имеют возможность оставлять регулярную обратную связь и предложения для улучшений. Сотрудники знают, что их обратная связь нужна и важна, и компания ее готова слышать и слушать на регулярной основе.

Тренинг о корпоративной культуре является инструментом для вовлечения и знакомства сотрудников с историей компании, ее стратегией, видением и миссией, а также корпоративными ценностями. На данном тренинге также рассказывается о данных проектах, приводятся конкретные примеры улучшений, инициаторами которых были сами сотрудники.

У проектов есть амбассадоры, которые продвигают проект, своим собственным примером показывают, как важно в нем участвовать и насколько важна обратная связь от команды.

Это способствует осознанию сотрудниками насколько важна их работа и именно они здесь и сейчас пишут историю компании, выполняя свои ежедневные цели.

Хочется подчеркнуть, что достичь большого уровня вовлеченности в данные проекты, удалось с помощью технологичных решений: отдельного приложения, которое имеет простой интерфейс, большое количество функций, мотивационную составляющую в виде возможности накапливать и тратить очки за предложенные идеи, а также реализован функционал геймификации.

Более того, сотрудники не только могут предлагать идеи и улучшения, у них есть возможность самостоятельно их реализовать, так как они видят все идеи, которые подаются. Они также отображаются в приложении.

5. Результаты (не более 3600 знаков с пробелами)

Стратегия Дистанционного сервиса преследует достижение трех ключевых целей –рост абонентской базы, рост эффективности продаж и сервиса. Эти показатели влияют на стратегические KPI компании.

Экономические показатели и результаты предложенных командой идей и улучшений - один из важнейших показателей эффективности работы проектов.

Проект «Лаборатория качества», направлен на повышение качества сервиса, которое влияет на уровень продаж, и соответственно, на доходы компании. Среднемесячный доход компании от дополнительных продаж, которые делает дистанционный сервис составляет более 250 тыс. долларов. Общий доход для компании от дополнительных продаж за квартал составляет более 1,5 млн. долларов.

Предложения сотрудников, также влияют на клиентскую удовлетворенность. Стоимость одного процента клиентской удовлетворенности составляет 122 тыс. долларов. Уровень удовлетворенности общим впечатлением от обращения в дистанционный сервис составляет 95%.

В рамках проектов мы следим за показателями:

- Количество идей
- Количество уникальных идей
- Количество идей, взятых в работу
- Количество идей, оставленных сотрудниками разных подразделений и статус по предложениям
- Реализованные идеи

В рамках проекта «Лаборатория качества», за текущий год велась работа по 12 проектам. Внесено 24 предложения. 9 реализовано, 3 находятся на аналитике.

Работа с обратной связью от сотрудников, дает нам высокие результаты по вовлеченности. Ежегодно мы организовываем исследование по вовлеченности персонала независимыми международными агентствами Korn Ferry, AON Hewitt. По итогам вовлеченность более - 90%.

Дополнительно, независимая международная компания Apex Berg проводит ежегодный опрос по удовлетворенности операторами условиями своего труда (Job Quality)

На протяжении 3 лет % удовлетворенности превышает 93%

Помимо внешних опросов мы проводим внутренний опрос по удовлетворенности сотрудников нашей компанией. Считать себя лучшим работодателем нам дают результаты опроса по вовлеченности персонала. Традиционно 100% сотрудников принимают участие в опросе и их вовлеченность достигает более 95%.

Компания ставит своей целью быть лучшим работодателем. Мы не только оказываем качественную поддержку сотрудникам, но и развиваем их в зависимости от изменений потребностей, слышим их обратную связь и воплощаем идеи в реальность в виде уникального и честного продукта, улучшения процессов, как внешних, так и внутренних.

6. Итоги (не более 1800 знаков с пробелами)

«От слов – к делу». Это не просто красивый слоган, это про значимость наших сотрудников, их идей и предложений.

Мы не только собираем их идеи, мы реализуем их в жизнь, тем самым становимся лучше.

Каждый сотрудник чувствует свою значимость в реализации стратегии компании.

Мы не измеряем количество идей ради красивой статистики. Нам действительно важно, чтобы наши сотрудники были максимально включенными в рабочие процессы и искренне любили компанию. Мы создаем амбассадоров бренда. Проект «Приведи друга» дает возможность подключать родных и друзей на тарифы компании со скидкой. Более 90% сотрудников пользуются продуктом нашей компании и это делает наших ребят еще более лояльными. Мы уверенно можем сказать: сотрудники готовы рассказывать о нас не только как об отличном работодателе, но и как о компании предоставляющие классный сервис и услуги, в создании которых может каждый поучаствовать.

ПЕРСОНАЛЬНЫЕ ДАННЫЕ НОМИНАНТА ДЛЯ ПРЯМОЙ КОММУНИКАЦИИ С ЖЮРИ:

ФАМИЛИЯ	Лаврушева
ИМЯ ОТЧЕСТВО	Анна Александровна
ДОЛЖНОСТЬ	Руководитель службы развития цифрового обслуживания клиентов