



Формуляр за кандидатстване

Кандидатура за категория: Най-добър HR проект на голяма компания

Компания	Райфайзенбанк (България) ЕАД
----------	------------------------------

Описание на кандидатурата

Клиентско преживяване с игровизация

Един от основните приоритети в Райфайзенбанк е свързан с подобряването на клиентското преживяване в клоновата мрежа и Контактния Център.

В тази връзка бе взето решение да се реализира обучителния проект „Клиентско преживяване с игровизация“, насочен към служителите Специалисти - Обслужване на клиенти от Клоновата мрежа, бидейки основно свързващо звено с клиентите на банката.

Основните цели на програмата са свързани с повишаване на Net Promoter Score (NPS) на банката, промяна в мисленето от „обслужване на клиента“ към „клиентско преживяване“ и изграждане на индивидуален подход към всеки клиент.

За постигане на заложените цели проектът залага на иновативни и креативни техники и подходи за обучение, комбинирайки присъствени обучения и последващи групови задачи, изпълнявани през онлайн среда. Основен принцип при формирането на групите бе те да са съставени от служители от различни екипи и офиси, за да може да се постигне по-добра обмяна на опит. В обхвата на проекта са включени Специалистите - Обслужване на клиенти от офисите в София и в страната. Обученията

бяха проведени в по-големите градове, като служителите бяха групирани на база регионален принцип.

За реализирането на проекта бе използвана методология, базирана на задълбочен предварителен анализ на процесите свързани с обслужване. Чрез различните способности и канали на обслужване бяха разгледани и анализирани процесите през погледа на клиентите.

Предварителната подготовка на програмата включваше наблюдение на място в 12 офиса по пет часа в рамките на един месец. Чрез взаимодействие със служителите на банката лекторът успя да събере и обобщи 23 на брой казуса и клиентски ситуации за всяко едно от направленията.

Методите, които бяха използвани по време на обучението се базират на учене чрез преживяване и регулярни екипни задачи с елементи на игровизация като способ за повишаване на мотивацията и ангажираността на служителите. Служителите имат възможност да споделят опит и добри практики, които помагат за изграждането на силен екипен дух и обединяване около общата цел за увеличаване на клиентската удовлетвореност и изграждане на отлично клиентско преживяване.

По отношение на елементите на игровизация, служителите бяха разделени на отбори от по 4-5 човека. Чрез игрите целяхме да събудим състезателния дух на участниците, като в рамките на условията на играта да придобият по-голяма степен на увереност и да използват потенциала си от професионални и лични качества. Всеки от отборите имаше за задача да си избере име и да изработи лого, които имена и логота присъстваха в непрекъснатата комуникация по проекта. Впоследствие на отборите бяха поставяни задачи, на база реални казуси от практиката. Решаването на тези задачи и представянето на решенията предостави възможност за активно споделяне на опит, обмяна на мнение, обсъждане на възможни ситуации и генериране на идеи за най-добър подход спрямо тези ситуации. Изпълнението на задачите се оценяваше и точкуваше по определени критерии:

- клиентско преживяване;
- качество на обслужване;
- изпълнение на бюджета;
- брой привлечени клиенти;

Резултатите от решенията на казусите на всеки отбор биваха отразявани и актуализирани регулярно в класиране, достъпно за всеки участник по всяко едно време през вътрешна за банката платформа.

Откъм структура, обучителната програма бе разделена на модули, които бяха провеждани през определен интервал от време на групи. При всяка от сформираните обучителни групи бе следван следният формат на изпълнение:

- **Модул 1** (тип въвеждащо събитие), което включва представяне идеята на програмата, формиране на отборите и решаване на първите 10 казуси;
- След Модул 1 бяха изпращани допълнителни казуси към отборите (на ежемесечна база), на база на които, всеки екип имаше възможност да получи бонус точки;
- **Модул 2** - в края на програмата, с цел да припомни и обобщи разискваните на първото събитие казуси и подадените решения от междинните онлайн задачи. На това събитие на екипите бяха възлагани още 10 финални казуса, които даваха последна възможност отборите да приложат наученото дотук и да подобрят класирането си.

Като резултат от програмата бяха проведени 32 присъствени обучения, в които участваха близо 500 Специалисти - Обслужване на клиенти от офисите, разпределени в 94 отбора.

На обученията включени в Модул 1 присъстваха 420 служители, а на проведените на финала обучения в Модул 2 - 342-ма.

След обявяването на финалното класиране на отборите във вътрешната платформа бяха определени първите 3 отбора за всеки регион, които бяха отличени и получиха награди на официални церемонии, организирани по места с участие на представители на ръководството.

В края на програмата участниците имаха възможност да попълнят форма за оценка на обучението и да споделят своите коментари и реакции. Получената обратната връзка е много положителна, като оценките на удовлетвореност дадени от участниците варират от 5.5 до 6 (при 6 максимална оценка на удовлетвореност).

Отзиви на участниците:

"Обучението надхвърли очакванията ми"

"Накара ме да се замисля"

"Беше наистина много приятно - хем забавно, хем полезно"

"Времето беше изпълнено с много приятни емоции и мина неусетно."

"Супер готино настроение и атмосфера."

"Тръгвам си с положителни емоции"

"Беше над очакванията ми. Бях много приятно изненадана от темите и начина на организиране на обучението."

" За мен най-положително беше промяната в начина на мислене, излизането извън собствените граници, предизвикване на себе си."

Като ползи за участниците можем да изтъкнем повишаване на ангажираността и доверието в компанията, повишаване на доверието и екипността между участниците, повишаване на резултатите и създаване на дългосрочни отношения с клиентите.

Краен резултат за организацията е подобряване на показателя Net Promoter Score \NPS\ в сегменти Физически лица и Микрофирми.

След успеха на програмата за Служителите – Обслужване на клиенти и получената положителна обратна връзка, отзиви и резултати, обучителната програма бе проведена в сходен формат и за служителите от отдел Контактен център.