

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОВЛЕЧЁННОСТИ

Когда полезно проводить исследование вовлечённости



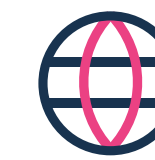
На вашем рынке несколько компаний, схожих по продуктам и процессам — **конкуренция** за людей высока

Повысить ценность компании для сотрудников: посмотрите, что драйвит людей, во что полезно вкладываться, чтобы они оставались, даже если конкуренты предложат более привлекательные условия



Ваша компания работает **не на полную мощность:** вы понимаете, что результаты могли бы быть гораздо выше

Увидеть точки неэффективности в коммуникации и процессах: посмотрите на компанию глазами сотрудников и определите, что требует перестройки



В компании много подразделений — вам важно понимать **проблемы каждого филиала** и возможности их решения

Нащупать проблемные места каждого подразделения: получите ответ на вопрос, как повысить эффективность филиалов и мотивацию автономных сотрудников

Вовлечённость



интеллектуальная

насколько сотрудники погружены в задачи, увлечены их выполнением и уровнем сложности



организационная

насколько сотрудники чувствуют сопричастность компании, её результатам и продуктам



эмоциональная

насколько позитивные эмоции вызывает у сотрудников рабочий процесс

Наша модель вовлечённости исследует, что важно именно для вашей компании



Мы измеряем общую вовлечённость и отдельно — 3 её компонента: интеллектуальную, организационную, эмоциональную.

Их определяют драйверы вовлечённости и факторы удержания — это различные аспекты деятельности, процессов компании и взаимоотношений внутри неё.

Эти драйверы и факторы выбраны на основе анализа научных работ: они действительно влияют на вовлечённость и актуальны для работы в 21 веке

← ● Драйверы вовлечённости

← ● Факторы удержания

Как устроен опрос вовлечённости

В опросе **87 утверждений**, с которыми люди соглашались или нет. В среднем заполнение опроса занимает **15 минут**.

Респонденты выражают свой уровень согласия с утверждениями по **6-балльной шкале**:

.....
14
драйверов
вовлечённости
и факторов
удержания,
в каждом
из которых
по 2-5 утверждений

Пример

	1 балл абсолютно не согласен	2 балла не согласен	3 балла скорее не согласен	4 балла скорее согласен	5 баллов согласен	6 баллов абсолютно согласен
● Взаимоотношения с руководителем						
Мой руководитель оценивает работу своих сотрудников объективно и справедливо	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мой руководитель меня поддерживает и помогает мне достигать лучших результатов	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...						

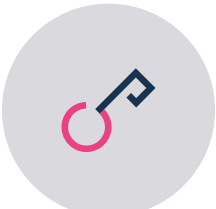
Контроль социально-желательных ответов

В анкете есть 10 утверждений, по которым видно, даёт ли человек социально-желательные ответы. Если ответы респондента «завышенны», то все его ответы исключаются из анализа.

Наша модель позволяет сфокусироваться только на том, что принесёт результат именно вам



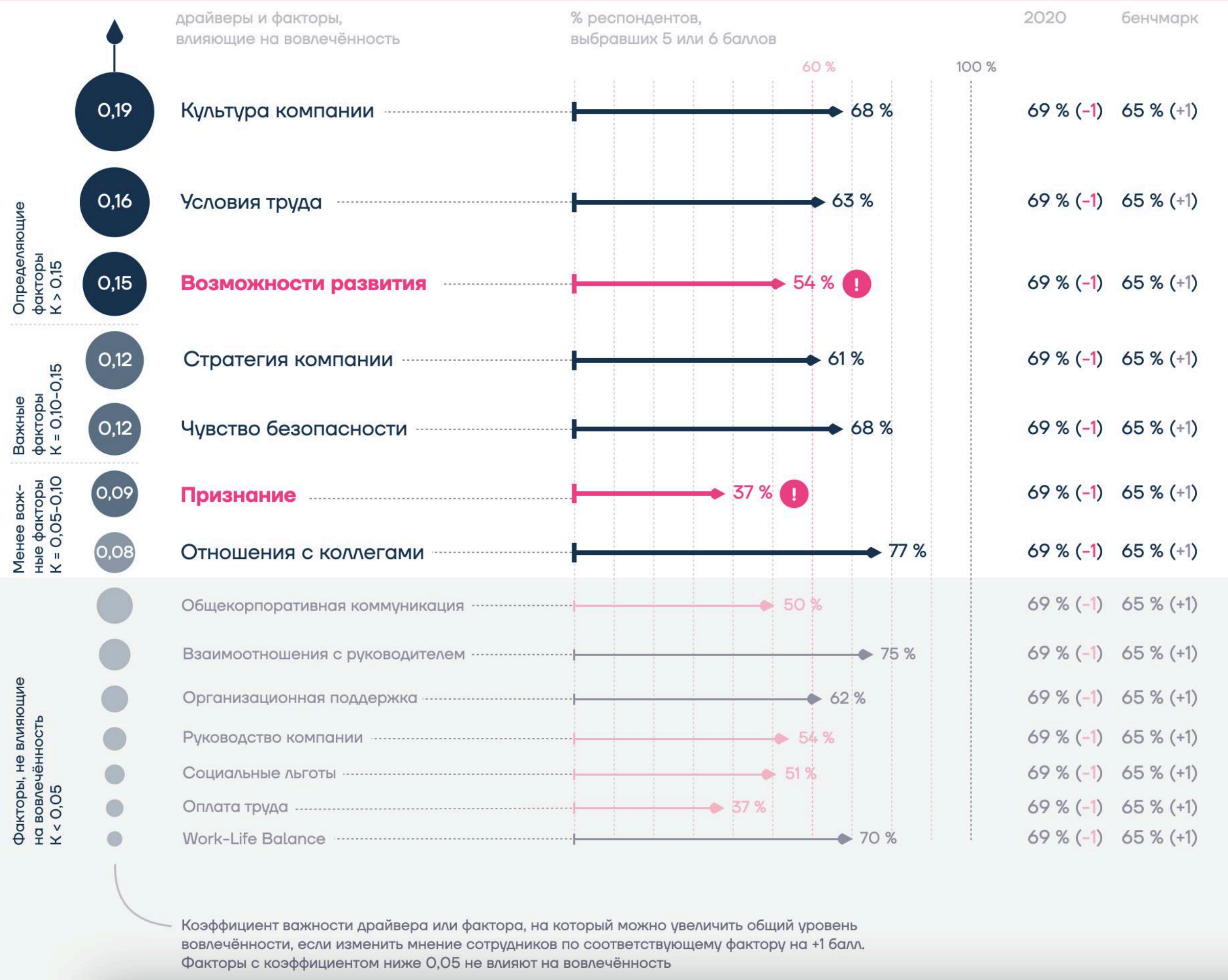
Модель позволяет рассчитать вклад каждого драйвера и фактора удержания в общий уровень вовлечённости конкретно в вашей компании, чтобы вы **прикладывали усилия только в тех направлениях, которые принесут максимальный результат**



Работа с драйверами и факторами даст **ключ к кардинальному повышению уровня вовлечённости** за счёт того, что модель объясняет более 4/5 всей вовлечённости сотрудников



Модель научно обоснована и эмпирически подтверждена. В её основе — анализ научных работ, практических методик и обзоров существующих подходов и моделей. Качество модели подтверждено конфирматорным и эксплораторным факторными анализами



Пример из отчёта с уникальным для компании показателем важности драйверов

Опрос организован так, чтобы обеспечить достоверность результатов



Понятный и однозначный язык

Благодаря серии качественных исследований утверждения опросника выверены и одинаково понимаются всеми респондентами



Анонимность опроса

Возможность увидеть честную и полную картину по компании глазами самих сотрудников



Отсев недостоверных ответов

В модели есть специальные утверждения, которые позволяют исключить «завышенные» ответы, при анализе и расчёте результатов они не учитываются

По подразделениям компании



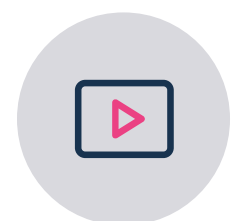
Вы увидите разбивку вовлечённости, её компонентов и драйверов по различным срезам (например, по подразделениям и уровням должности)

Дальнейшие шаги после опроса — фокус-группы и стратегическая сессия

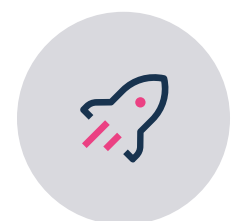


Предварительные результаты опроса рассказывают про основные «находки»: мы формируем и конкретизируем **ключевые гипотезы, выявляем точки, требующие первостепенного внимания.**

На фокус-группах уточняем, чем вызваны низкие результаты, вскрываем конкретные проблемы



На сессии с менеджментом разрабатываем **дорожную карту действий по ключевым факторам и «горячим точкам»**, прорабатываем инструменты поддержания наиболее сильных драйверов вовлечённости



По результатам компания получает **реалистичный план действий для повышения уровня вовлечённости**, опирающийся на данные и статистику

Ключевым для уровня вовлечённости сотрудников является то, что они разделяют корпоративную культуру компании и погружены в неё. Именно это — мощнейшая опора для поддержания и повышения вовлечённости.

❗ Вложения в эти факторы дадут максимальный результат

Первое, на что стоит влиять для повышения вовлечённости, — это возможности развития, признание заслуг. Эти аспекты получили низкие результаты, но важны для вовлечённости сотрудников.

Факторы, за счёт которых можно дополнительно повысить вовлечённость

Продолжайте вкладываться в эти факторы для поддержания вовлечённости: условия труда, стратегия компании, чувство безопасности и отношения с коллегами.

Эти факторы не сказываются на вовлечённости

Несмотря на невысокие оценки факторов общекорпоративная коммуникация, руководство компании, социальные льготы и оплата труда, вложения в них не принесут повышения вовлечённости сотрудников в вашей компании.

Как можно выстроить комплекс мер на базе результатов опроса вовлечённости



пример драйвера вовлечённости с низкими оценками по результатам опроса

Оплата труда



возможные точки напряжения, которые мы вскрываем на фокус-группах

- уровень оплаты труда ниже рыночного
- коммуникация компании по вознаграждению и уровню оплаты труда относительно конкурентных организаций недостаточна
- сотрудники воспринимают премию частью заработной платы
- KPI и цели от руководителей противоречат друг другу



способы решения проблемы, которые планируются на сессии с руководством

1. аудит текущей системы вознаграждения
2. бенчмаркинг систем оплаты труда сопоставимых компаний
3. корректировка архитектуры системы вознаграждения: разработка новых правил расчёта постоянной и переменной части

Будущее компании

- стратегия компании обсуждается только на топ-уровне и не коммуницируется ниже
- внешняя среда и изменения внутри компании вызывают ощущение неопределённости
- сотрудники относятся к руководству с недоверием
- цели конкретных подразделений и отдельных сотрудников не связаны со стратегическими планами компании

1. корректировка или разработка коммуникационной кампании планов развития организации
2. проведение town hall / all-hands meeting для коммуникации стратегии
3. запуск блогов руководства компании

Стоимость исследования

Пакетные предложения	Стоимость,* без НДС	Стоимость, с НДС
Стандартный пакет		
Проведение опроса вовлечённости (до 5000 респондентов), включая: <ul style="list-style-type: none">2 интервью (с CEO и HRD/ VP HR) для определения фокуса проектадо 5 разрезов (функция, территория, уровень и т. д.)возможность добавить собственные вопросы3 фокус-группы по результатам опросарасширенный отчёт в PDF/Keynote с рекомендациями по результатам опроса и фокус-группворкшоп с топ-командой для выработки дорожной карты действий по результатам	850 000	1 020 000
АКЦИЯ — ЭКСПРЕСС-ПАКЕТ		
Проведение опроса вовлечённости (до 5000 респондентов), включая: <ul style="list-style-type: none">2 разреза на выбор (функция, территория, уровень, стаж и т. д.)отчёт в PDF с выводами по общей вовлечённости, значимости драйверов и факторов и детализацией по каждому драйверу	300 000	360 000

Стоимость действительна при условии согласия компании на размещение её названия и логотипа в перечне компаний, составляющих общероссийский бенчмарк. Данные, собранные в ходе исследования, будут объединены с данными других компаний для построения единого бенчмарка. Formatta гарантирует, что результаты опроса по отдельной компании не будут переданы третьим лицам или использованы как-либо иначе, кроме как для выполнения своих обязательств в рамках договора и расчёта общего бенчмарка. С каждой компанией будет подписан NDA.

Исследование вовлечённости — основа для решения ключевых проблем организации на разных уровнях



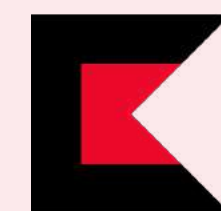
Вы получаете **полноценную картину по подразделениям и компании**: видите мотивирующие сотрудников факторы и проблемные зоны в процессах, коммуникации, командном взаимодействии, содержании работы, оплате или условиях труда



Вы видите **значимость каждого фактора для общего уровня вовлечённости** и понимаете, в каком направлении приложить усилия: какие действия и решения помогут с минимальными затратами повысить эффективность людей и процессов



У вас появляется **основа для решения выявленных организационных проблем** — за счёт того, что на фокус-группах мы вскрываем их причины и обсуждаем возможные пути их устранения



КАЛАШНИКОВ
КОНЦЕРН



Мария Смыслова

**директор
по внутренним
коммуникациям**

«После того как концерн приобрёл несколько новых активов, было очень важно посмотреть на ситуацию в каждом из них. В этом нам помог опрос вовлечённости: мы увидели не только основные проблемные точки по активам и концерну в целом, но и их причины. Они были разными: взаимодействие топ-менеджмента с уровнями ниже, условия труда и т. д. Но главное — Formatta показала значимость каждого из факторов для общего уровня вовлечённости, тем самым определив направления, в которых мы приложили основные усилия для решения проблем»

**ГОТОВЫ
СТАРТОВАТЬ
ПРОЕКТ УЖЕ
СЕЙЧАС!**



Станислав Павлов



+7 964 583-5681



Большая Татарская ул.
д. 35, стр. 3, офис 707
г. Москва, 115184



pavlov.s@formatta.ru
FB: i.am.stas.pavlov