

ИССЛЕДОВАНИЕ ВОВЛЕЧЁННОСТИ

Когда полезно проводить исследование вовлечённости



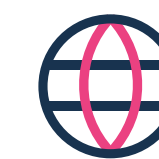
На вашем рынке несколько компаний, схожих по продуктам и процессам — **конкуренция** за людей высока

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

Наша модель вовлечённости исследует, что важно именно для вашей компании

Вовлечённость



интеллектуальная

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



организационная

насколько сотрудники чувствуют причастность компании, её результатам и продуктам



эмоциональная

насколько позитивные эмоции вызывает у сотрудников рабочий процесс



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 устроена анкета

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

В опросе есть 10 контрольных утверждений, по которым видно, даёт ли человек **социально одобряемые ответы**. Если это так, то его ответы полностью исключаются из анализа и расчётов

Фрагмент анкеты

14

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

• **Взаимоотношения с руководителем**

Мой руководитель оценивает работу своих сотрудников объективно и справедливо

Мой руководитель меня поддерживает и помогает мне достигать лучших результатов

...

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

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



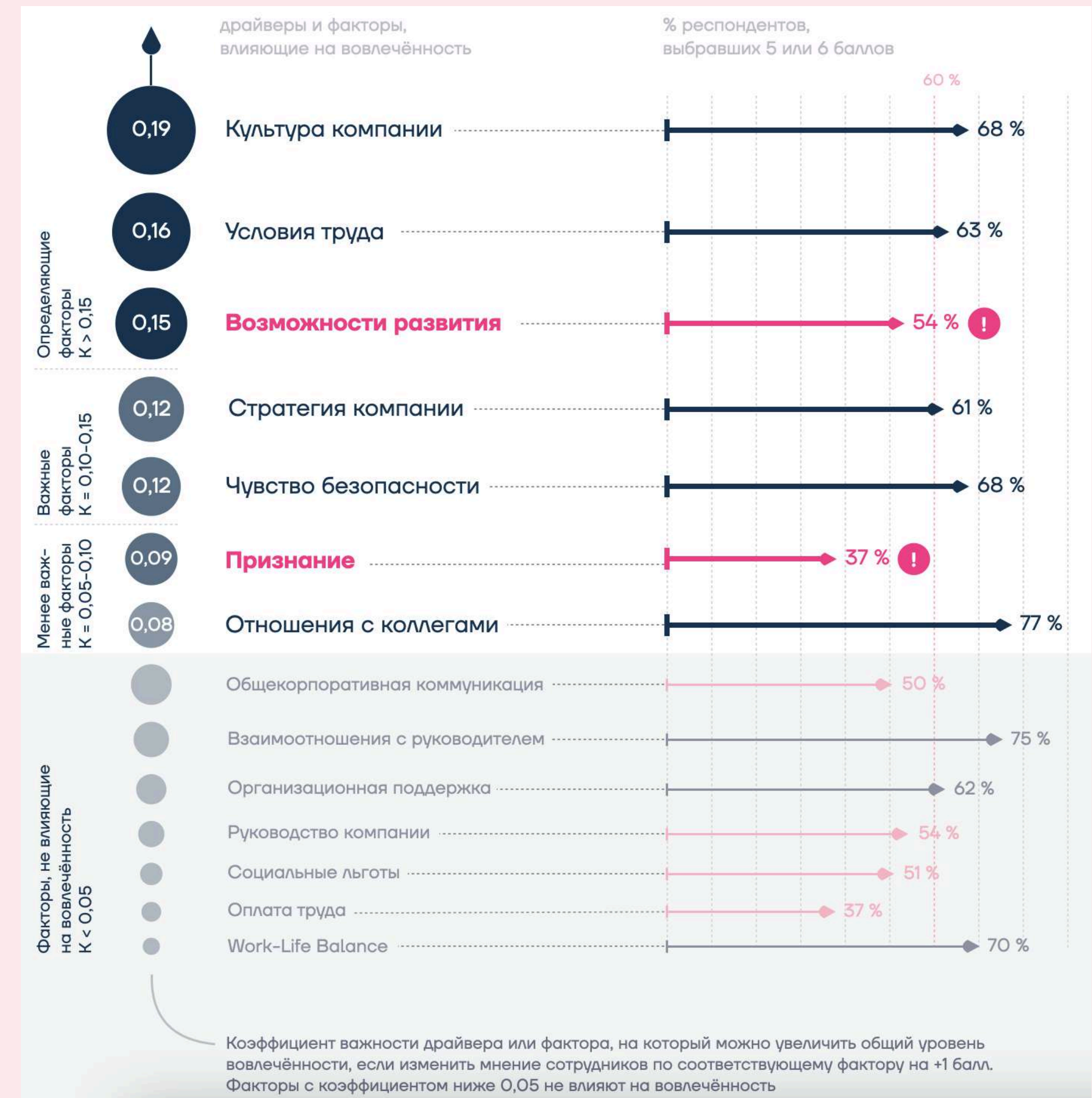
Модель позволяет рассчитать вклад каждого драйвера и фактора удержания в общий уровень вовлечённости конкретно в вашей компании, чтобы вы **прикладывали усилия только в тех направлениях, которые принесут максимальный результат**



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

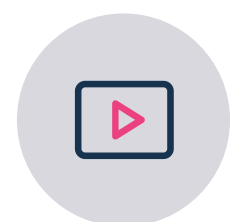


Вы увидите разбивку вовлечённости, её компонентов и драйверов по различным срезам (например, по подразделениям и уровням должности)

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.

Пример рекомендаций по результатам опроса

Как можно выстроить комплекс мер на базе результатов опроса вовлечённости



пример драйвера вовлечённости с низкими оценками по результатам опроса



возможные точки напряжения, которые мы вскрываем на фокус-группах



способы решения проблемы, которые планируются на сессии с руководством

Оплата труда

- 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

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 | | |
| <p>Проведение опроса вовлечённости (до 5000 респондентов), включая:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▸ 2 интервью (с CEO и HRD/ VP HR) для определения фокуса проекта ▸ до 5 разрезов (функция, территория, уровень и т. д.) ▸ возможность добавить собственные вопросы ▸ 3 фокус-группы по результатам опроса ▸ расширенный отчёт в PDF/Keynote с рекомендациями по результатам опроса и фокус-групп ▸ воркшоп с топ-командой для выработки дорожной карты действий по результатам | 850 000 | 1 020 000 |
| АКЦИЯ — ЭКСПРЕСС-ПАКЕТ | | |
| <p>Проведение опроса вовлечённости (до 5000 респондентов), включая:</p> <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



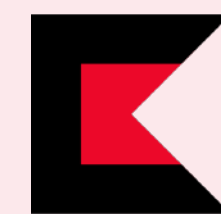
Вы получаете **полноценную картину по подразделениям и компании**: видите мотивирующие сотрудников факторы и проблемные зоны в процессах, коммуникации, командном взаимодействии, содержании работы, оплате или условиях труда



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](#)