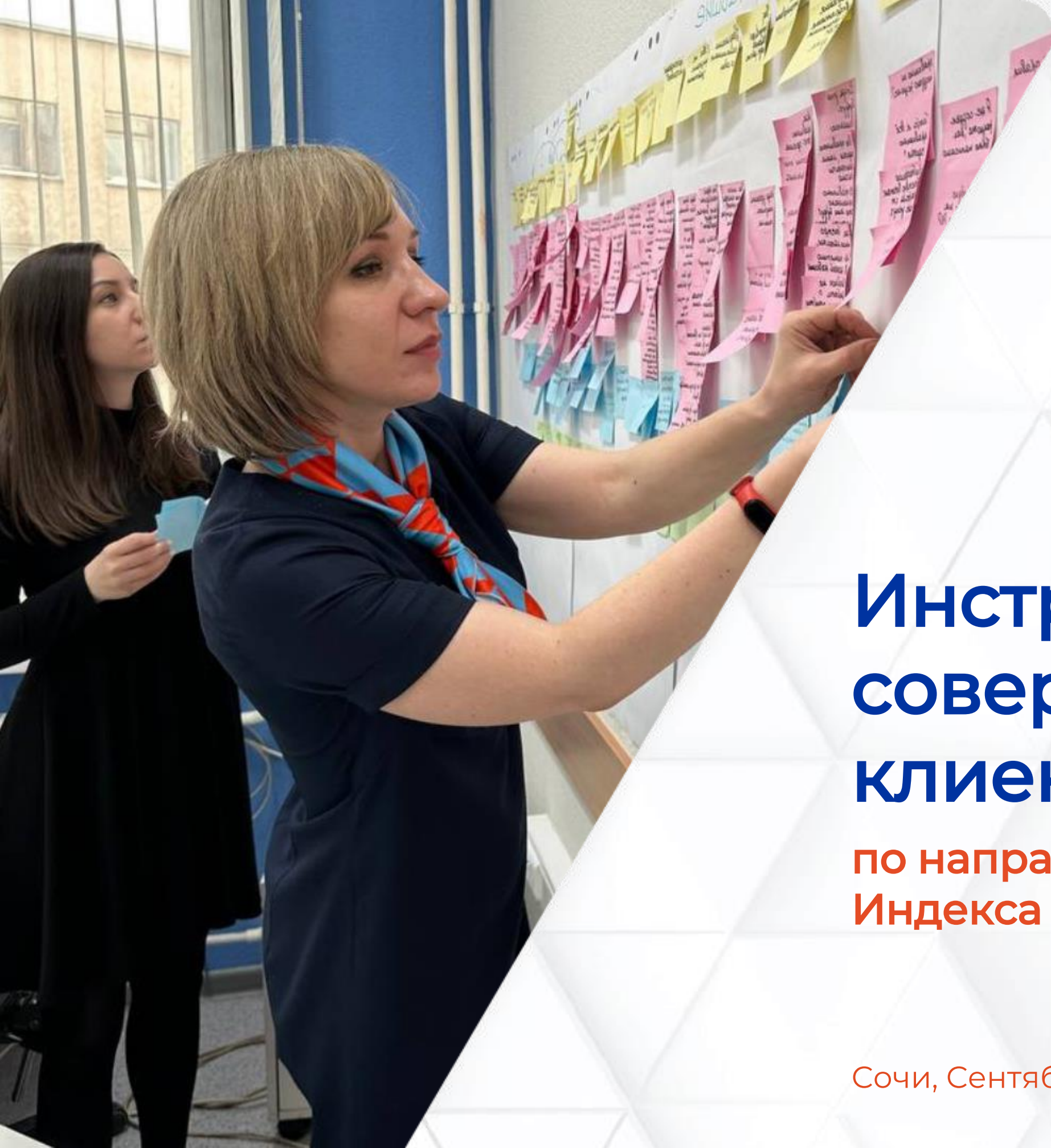




Минтруд
России



ВСЕРОССИЙСКАЯ
НЕДЕЛЯ
ОХРАНЫ
ТРУДА



РАБОТА
РОССИИ

Инструменты и механизмы совершенствования клиентоцентричности

по направлению «Адресность и персонализация»
Индекса «Звезда клиентоцентричности»

Сочи, Сентябрь 2023

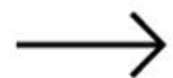
Яндекс

Что делать, если внук уже приехал толстым?

Найти



01



Забота

Ее проявление кроется в эмпатии и определяется в первую очередь потребностями и переживаниями того, на кого она направлена.

Псевдозабота

звучит так: «Я вижу, что с тобой происходит, мне не все равно, **и я лучше тебя знаю, что тебе на самом нужно**».

Портрет клиента

собираемый образ конкретного представителя целевой аудитории в разрезе его демографических характеристик, а также психологических и социокультурных особенностей.

02
→

Социологическое исследование целевой аудитории

Объем выборочной совокупности составил 1011 респондентов.

- ▶ 730 соискателей
- ▶ 281 работодатель

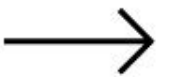
Инструментарий

запрограммированная анкета:

- ▶ скрининговая часть
- ▶ вопросы по задачам исследования
- ▶ социально-демографический блок



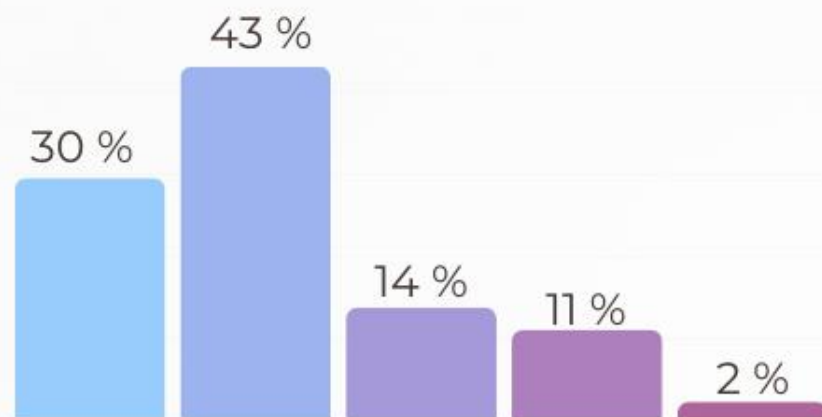
03



Соискатели

Целевая аудитория:

25% - от 16 до 29 лет
28% - от 23 до 39 лет
28% - от 40 до 49 лет
19% - от 50 лет и старше



Образование



Проживание



51% - с семьей (супруг/дети)
25% - живут одни
11% - с родителями
12% - с другими лицами



Жизненные ценности и интересы



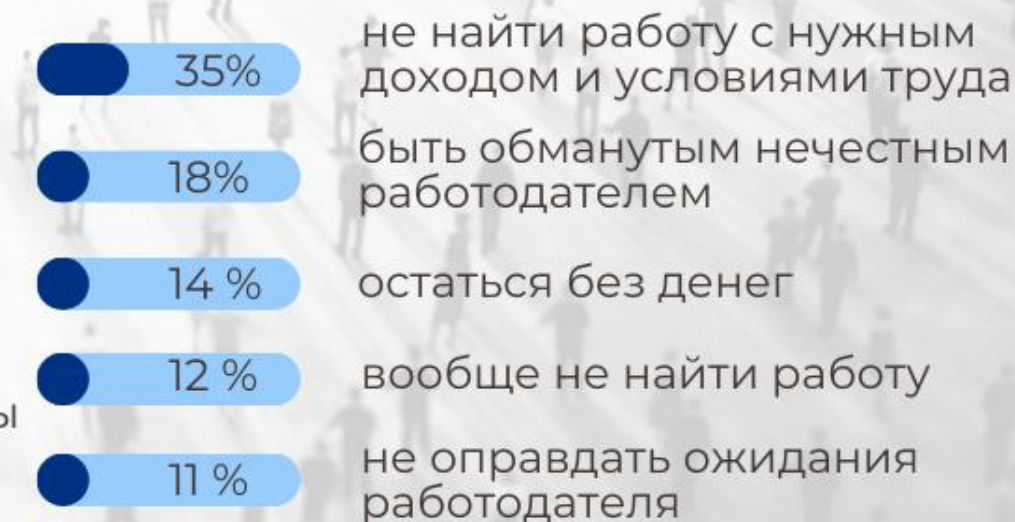
Доступное время для поиска работы

18% - работа нужна срочно,
19% - 1 месяц, 20% - 3 месяца,
13% - полгода, 12% - более года,
9% - могут вообще не работать

Ожидания от ЦЗН



Страхи опасения



Вопросы по задачам исследования



05



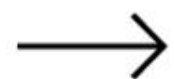
Соискатели

- значимые жизненные ценности, ориентиры, личные качества, интересы
- потребности в работе, опасения и страхи, предпочтения, необходимая помощь от ЦЗН
- социальные сети, интернет и мессенджеры, способы взаимодействия с ЦЗН

Работодатели

- кто взаимодействует с ЦЗН, цели взаимодействия, ожидания от ЦЗН, что важно
- проблемы и сложности при подборе персонала, чем руководствуются, о чем переживают
- каналы поиска работников, удобные формы работы с ЦЗН

06



Портреты клиентских групп

Соискатели

- предпенсионеры
- пенсионеры
- молодежь
- женщины с детьми дошкольного возраста
- дети-сироты
- инвалиды
- выпускники
- освободившиеся из мест лишения свободы
- ранее не работавшие
- неработающие более 1 года.

Работодатели

- государственные и муниципальные учреждения
- микробизнес
- малый бизнес
- средний бизнес
- крупный бизнес

Как использовать?

- при разработке ценностного предложения
- формировании комплексов услуг и сервисов
- при выборе каналов коммуникации, создании контента и формулировке ключевого послания целевой аудитории
- при формировании клиентоцентричных навыков сотрудников

07
→



АЛЕКСАНДР

Профиль клиента
гражданин, освободившийся
из мест лишения свободы

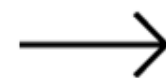
Проблема

Как помочь Александру не оказаться обманутым недобросовестным работодателем?

Ценностное предложение

Практикум по безопасному поиску работы помогает Александру, который боится обмана со стороны недобросовестного работодателя, тем, что увеличивает его осведомленность о мошеннических схемах и способах защиты от НИХ

08



Развитие системы анализа качества клиентского опыта

0. Базовый уровень

Портреты клиентов собраны из обобщенных характеристик. Их можно применить ко всем или почти ко всем соискателям из региональной клиентской группы

1. Продвинутый уровень

Портреты клиентов созданы для каждого кадрового центра с учетом территориальных особенностей

