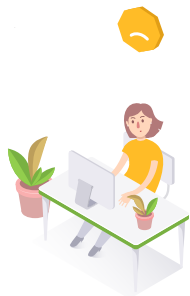
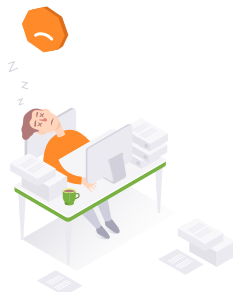


Зачем измерять **вовлечённость**?



В среднем, 75% сотрудников **не являются активно вовлечёнными**



Невовлечённые сотрудники менее счастливы и продуктивны, что **напрямую влияет на прибыль**



Невовлечённые сотрудники **с большей вероятностью покинут компанию**

Опыт компаний в развитии вовлечённости:

NPS

Клиентоориентированность

Вовлеченные сотрудники = более качественные услуги, что увеличивает лояльность клиентов (NPS).



Высокая продуктивность

Сотрудники, работающие в продуктивной среде, используют рабочее время с максимальным КПД.



Рост прибыли

10% рост вовлеченности обеспечивает 6% увеличение прибыли компании.



Счастливы на работе

Вовлеченные сотрудники более счастливы и ориентированы не на процесс, а на результат.



Удержание лучших

Продуктивная среда снижает «текучесть» сотрудников. Имидж работодателя для привлечения талантов.

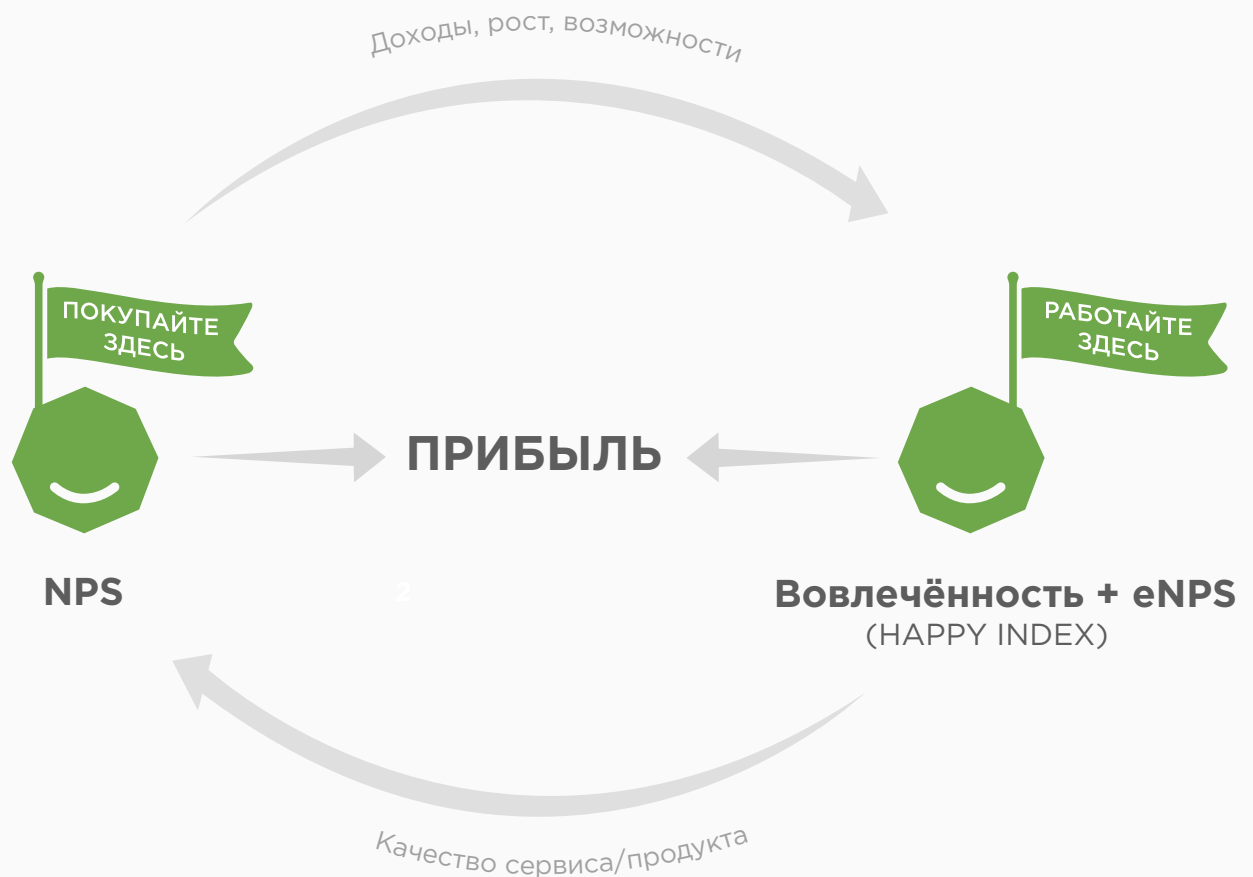


Чтобы клиенты полюбили компанию, **её должны полюбить сотрудники.**

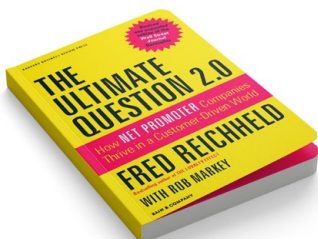
Зачем измерять **ЛОЯЛЬНОСТЬ**?

Согласно теории когнитивного диссонанса в психологии, люди склонны искать последовательность в своих действиях. Поэтому, если сотрудник рекомендует вашу компанию своему другу, очень вероятно, что он сам готов в ней работать. Индекс изначально применялся для оценки качества обслуживания клиентов, затем он трансформировался и стал применяться для оценки лояльности сотрудников.

3 важнейших KPI любого бизнеса:



«Индекс лояльности» оценивает сколько сотрудников в действительности могут осуществлять качественный сервис своим внутренним и внешним клиентам компании. Качественное обслуживание лежит в основе лояльности внешний клиентов и стабильного объема продаж.



Большинство компаний во всех отраслях, являющихся лидерами по показателю NPS и eNPS, отличаются как высокими прибылями, так и постоянным ростом.

(исследования Фредерика Райхельда и организации NPS Loyalty)