

ОЖИДАНИЯ КЛИЕНТСКИХ ГРУПП ОТ СЗН



Граждане предпенсионного возраста

Ожидания от модернизации

- подбор работы исходя из пожеланий соискателя – **59%**,
- наличия широкого выбора вакансий – 28% (в целом по выборке 24%)

Цель обращения

- поиск работы **100%**
- получение пособия по безработице **34%** (в среднем по выборке 34%)

Каналы взаимодействия

- личное посещение **94%** (в целом по выборке 85%),
- остальные каналы взаимодействия используются незначительно

Большинство опрошенных позитивно оценили удовлетворенность опытом обращения в ЦЗН, максимально высокие оценки выставили 41% опрошенных



Пенсионеры

Ожидания от модернизации

- месторасположение ЦЗН и вежливый, доброжелательный персонал – **18%**
(в целом по выборке 12%)
- онлайн-формат общения заинтересовал только **5%**
(в целом по выборке 12%)

Цель обращения

- поиск работы **100%**
- узнать актуальную информацию о рынке труда **21%**
(в среднем по выборке 18%)

Каналы взаимодействия с ЦЗН

- личное посещение **97%**
(в целом по выборке 85%)
- остальные каналы взаимодействия используются незначительно

Наиболее значимые параметры для обращения в ЦЗН

менее ценным оказалась возможность оформить все процедуры онлайн **19%**
(в целом по выборке 34%)

Все респонденты отметили своей целью обращения в ЦЗН поиск работы, при этом чаще других фиксировали желание узнать актуальную информацию о рынке труда 21% (в среднем по выборке 18%)



Инвалиды



Ожидания от модернизации

- большой выбор/разнообразии вакансий **-30%** (в целом по выборке 24%),
- месторасположение, транспортная доступность и комфортность ЦЗН – **22%** (в целом по выборке 16%),
- реальная помощь в трудоустройстве 17% (в целом по выборке 9%)

Цель обращения

- поиск работы, получение пособия по безработице,
- профессиональная ориентация **14%** (в среднем по выборке 9%)
- поддержка при трудоустройстве с переездом в другой регион/внутри региона **16%** (в среднем по выборке 2%)

Каналы взаимодействия

- личное посещение **90%** (в целом по выборке 85%),
- лидеры в использовании колл-центра **14%** (в целом по выборке 10%),
- остальные каналы связи используются незначительно.



ДЕТИ-СИРОТЫ

Ожидания от модернизации

- большой выбор/разнообразие вакансий - **36%** (в целом по выборке 24%),
- быстрота и оперативность в решении проблемы **19%** (в целом по выборке 11%),
- индивидуальный подход – **16%** (в целом по выборке 9 %)

Цель обращения:

- поиск работы и получение пособия по безработице

Уволенные по сокращению

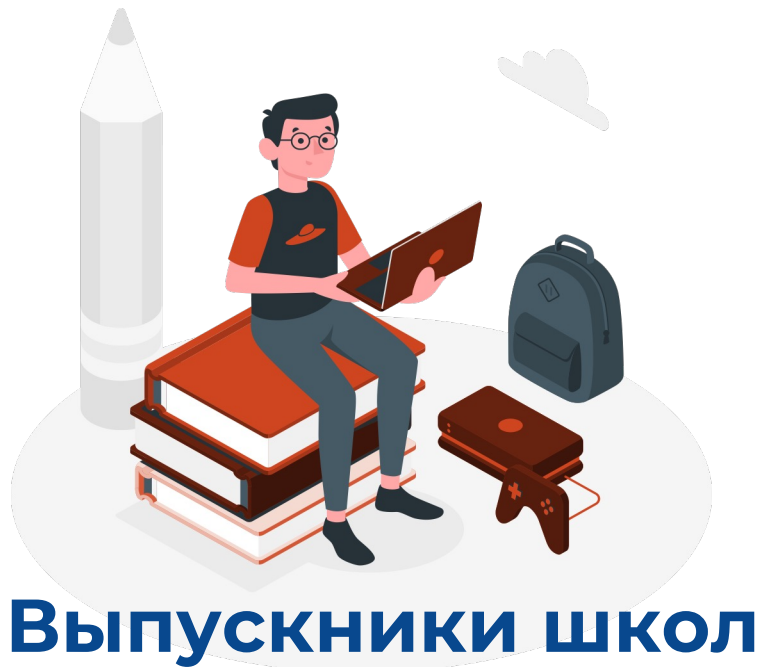
Цель обращения:

- поиск работы, получение пособия по безработице – лидеры рейтинга **48%** (в среднем по выборке 34%)
- получение справки **18%** (в среднем по выборке 14%)

Наиболее значимые параметры для повторного обращения в ЦЗН

- подбор работы исходя из пожеланий соискателя **63%** (в целом по выборке 57%).





Цель обращения

- поиск работы и временное трудоустройство – лидеры рейтинга **29%** (в целом по выборке 11%)

! меньше всего обращаются с целью получения пособия по безработице – **7%** (в целом по выборке 34%)

Каналы взаимодействия с ЦЗН

- личное посещение реже остальных клиентских групп **70%** (в целом по выборке 85%),
- чаще других используют Региональные порталы СЗН – **32%** (в целом по выборке 18%)

Ожидания от модернизации

- Понятный и простой подход в работе – **13%** (в целом по выборке 7%)
- современный и инновационный ЦЗН - **15%** (в целом по выборке 8%)
- широкий выбор вакансий – **34%** (в целом по выборке 24%)

Наиболее значимые параметры для повторного обращения в ЦЗН

- возможность оформить все процедуры онлайн - **46%** (в целом по выборке 34%)
- эффективная система обратной связи со стороны СЗН – **41%** (в целом по выборке 30%)

Вероятность повторного обращения

- с наибольшей вероятностью обратится в ЦЗН вновь – **48%** (в целом по выборке 34%)

Ожидания от модернизации

- современный и инновационный ЦЗН- 12% *(в целом по выборке 8%),*
- профессионализм/грамотные специалисты – 23% *(в целом по выборке 18%),*
- индивидуальный подход – 13% *(в целом по выборке 9%)*

Цель обращения:

- поиск работы и узнать актуальную информацию о рынке труда 25% *(в среднем по выборке 18%)*

Каналы взаимодействия с ЦЗН

- Лидеры в использовании колл-центра как средства коммуникации с СЗН – 16% *(в целом по выборке 10%)*



**Выпускники средних-
специальных / высших
учебных заведений**



Женщины с детьми от 0 до 6 лет

Ожидания от модернизации

- построение онлайн-коммуникации выше среднего,
- комфортная обстановка – **22%**
(в целом по выборке 16%)
- наличие комнаты матери и ребенка – **22%**
(в целом по выборке 6%)

Наиболее значимые параметры для повторного обращения в ЦЗН

- бесплатные курсы обучения по востребованным профессиям и навыкам – **51%**
(в целом по выборке 41%)
- возможность предварительной записи на прием и минимальное время обслуживания – **47%**
(в целом по выборке 38%)

Цель обращения

поиск работы и профессиональное обучение и повышение квалификации **20%**
(в целом по выборке 13%)

Каналы взаимодействия с ЦЗН

Лидеры в использовании Портала «Работа в России» как канала взаимодействия с ЦЗН – **25%**
(в целом по выборке 16%)

Не работающие более года

● **Не смогли сформулировать свои ожидания от модернизации**, большинство показателей с минимальным процентом, затруднились ответить **18%** (в целом по выборке 7%)

● **Цель обращения:** поиск работы и получение пособия по безработице **40%** (в целом по выборке 34%)

● Данная клиентская группа **с наименьшей вероятностью обратится в ЦЗН вновь** – **11%** (в целом по выборке 6%)

