

**РЕЗУЛЬТАТЫ ПИЛОТНОЙ АПРОБАЦИИ
МЕТОДИКИ ИЗМЕРЕНИЯ
ИНДЕКСА КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТИ
РАБОТЫ ОРГАНОВ СЛУЖБЫ ЗАНЯТОСТИ**

Оглавление

Цель формирования Индекса клиентоцентричности	3	I. Показатели дружелюбия и партнерства	20
Общие данные пилотной апробации	4	II. Показатели полезности обращения в СЗН	21
Этапы пилотной апробации	5	III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента	22
География участников пилотной апробации	6	IV. Показатели адресности и персонализации взаимодействия с клиентом	26
Сбор субъективных данных	7	V. Показатели внешнего комфорта и удобства	27
Социально-демографическая характеристика соискателей	8	Предложения работодателей	29
Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей	9	Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных	30
I. Показатели дружелюбия и партнерства	9	I. Показатели дружелюбия и партнерства	30
II. Показатели полезности обращения в СЗН	10	II. Показатели полезности обращения в СЗН	30
III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента	11	III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента	31
IV. Показатели адресности и персонализации взаимодействия с клиентом	15	V. Показатели внешнего комфорта и удобства	35
V. Показатели внешнего комфорта и удобства	16	Итоги пилотирования	37
Предложения соискателей	18	Сложности пилотной апробации	38
Производственно-экономическая характеристика работодателей	19	Факторы, способствующие успешности пилотной апробации	39
Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей	20	Основные изменения в методике по итогам пилотной апробации	40



Цель формирования Индекса клиентоцентричности создание инструментария для управления качеством клиентского опыта

в органах исполнительной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющих полномочия в области содействия занятости населения, и государственных учреждениях службы занятости населения в рамках предоставления государственных услуг в области содействия занятости населения

мониторинг достижения клиентских показателей эффективности СЗН и реализации принципов клиентоцентричного государства

выявление проблемных зон в работе органов СЗН с целью совершенствования работы органов СЗН на основе анализа качества клиентского опыта

Пилотная апробация системы измерения показателей клиентоцентричности



3 месяца

(01.04.2022 – 30.06.2022)



Более 160 консультаций

онлайн/офлайн



13 регионов

13 рабочих групп



3 вебинара

обучающих
и организационных



81 участник

региональных
рабочих групп

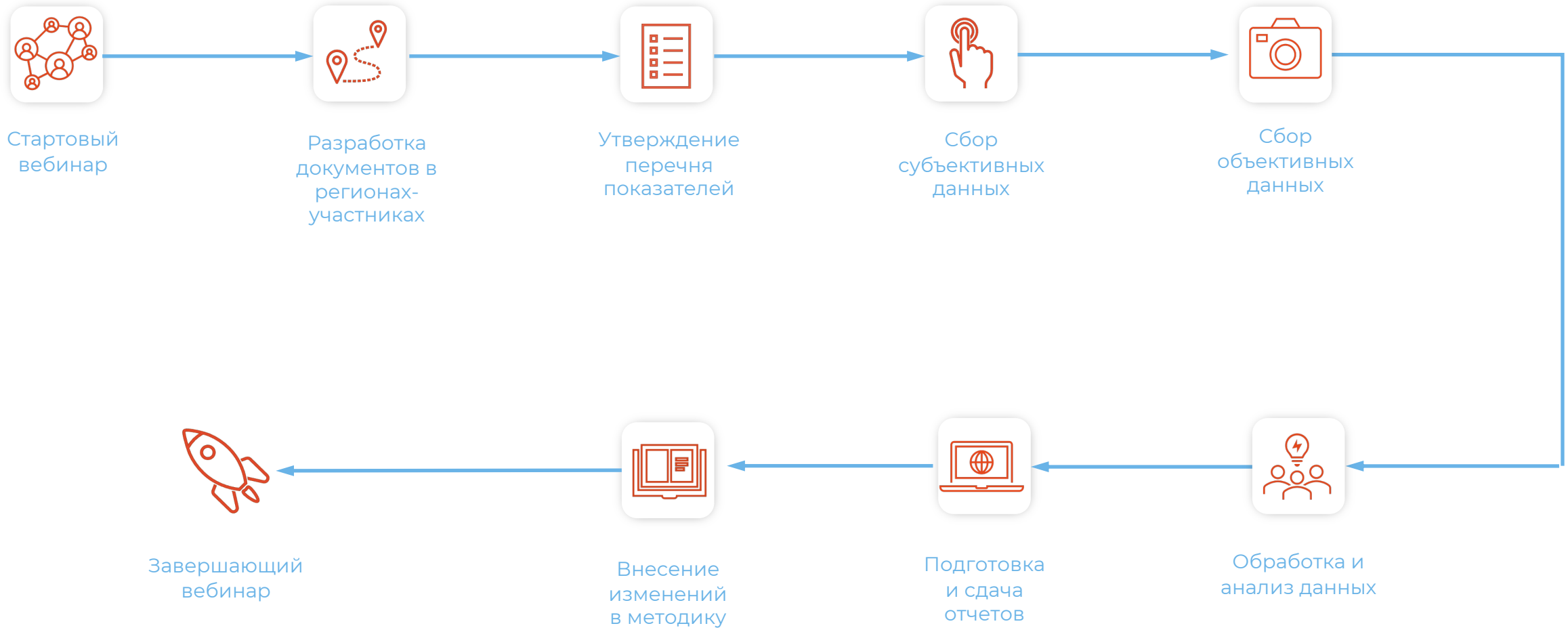


59 предложений

в Методику
по итогам пилотирования

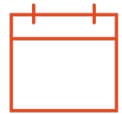
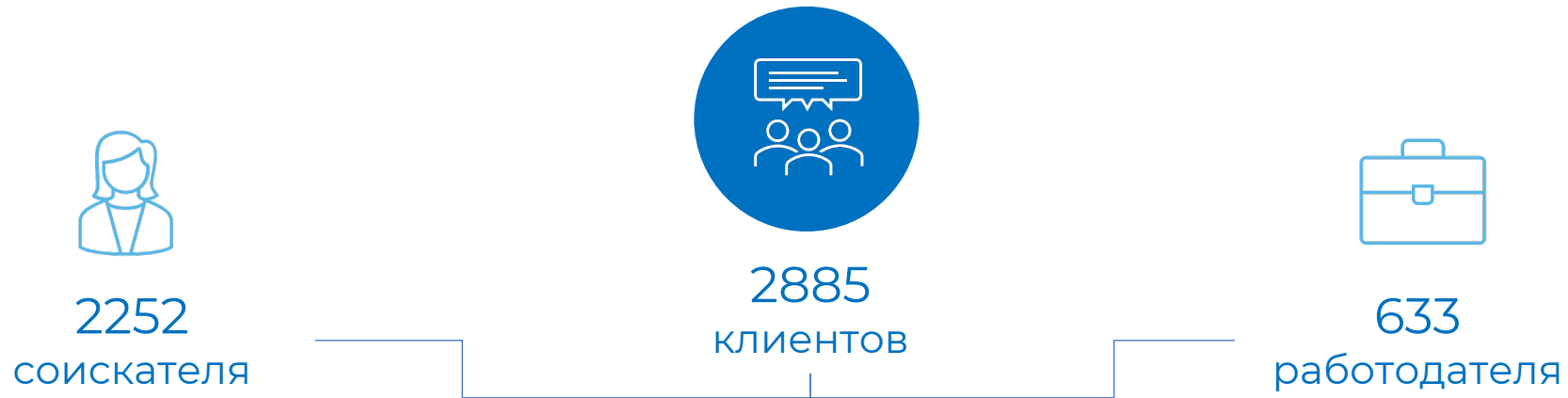
1. Брянская область
2. Владимирская область
3. Красноярский край
4. Липецкая область
5. Нижегородская область
6. Оренбургская область
7. Приморский край
8. Псковская область
9. Тамбовская область
10. Тюменская область
11. Челябинская область
12. Ямало-Ненецкий ОА
13. Ярославская область

Этапы пилотной апробации

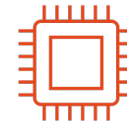




Сбор субъективных данных



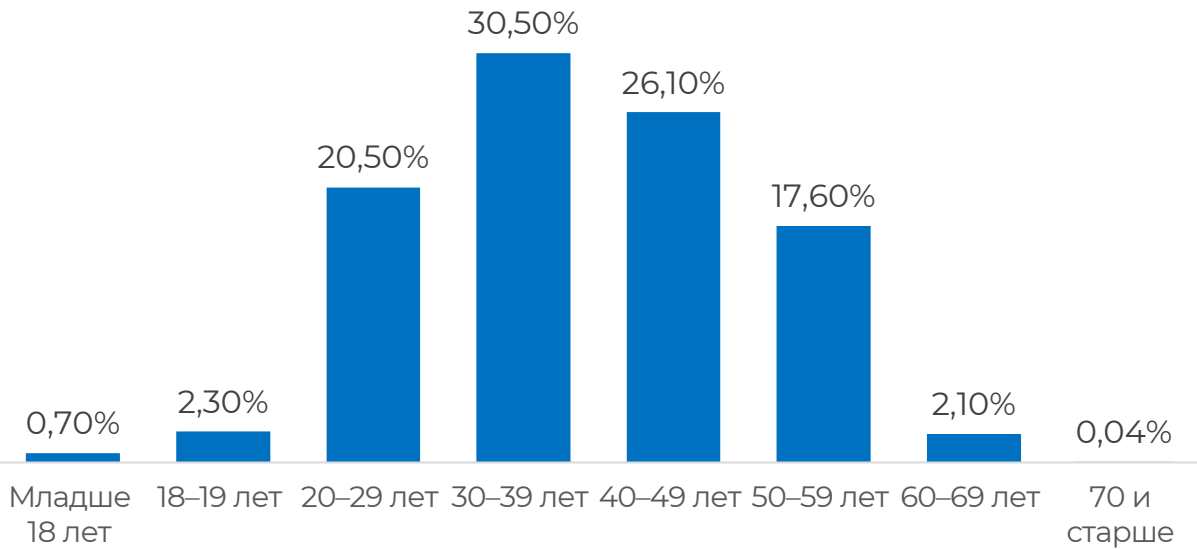
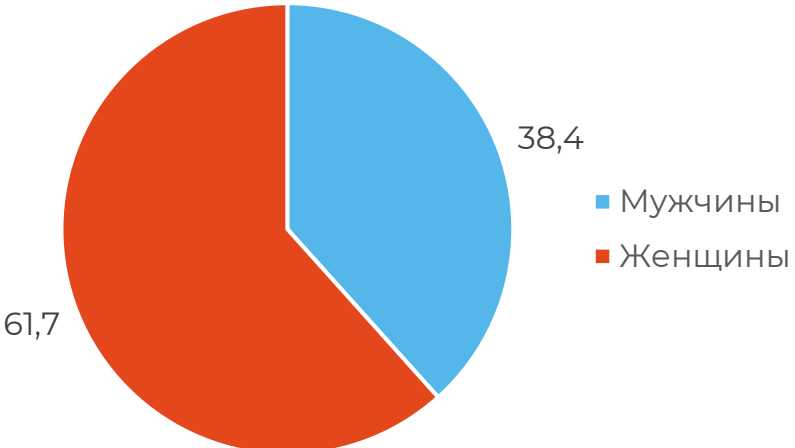
с 25.04.2022г. по 06.05.2022г.



автоматически на платформе Единой системы управления знаниями и мониторинга модернизации СЗН

Заполнение опросного листа осуществлялось на персональном компьютере (мобильном устройстве), при необходимости клиент мог воспользоваться компьютером в цифровой зоне офиса ЦЗН

Социально-демографическая характеристика соискателей

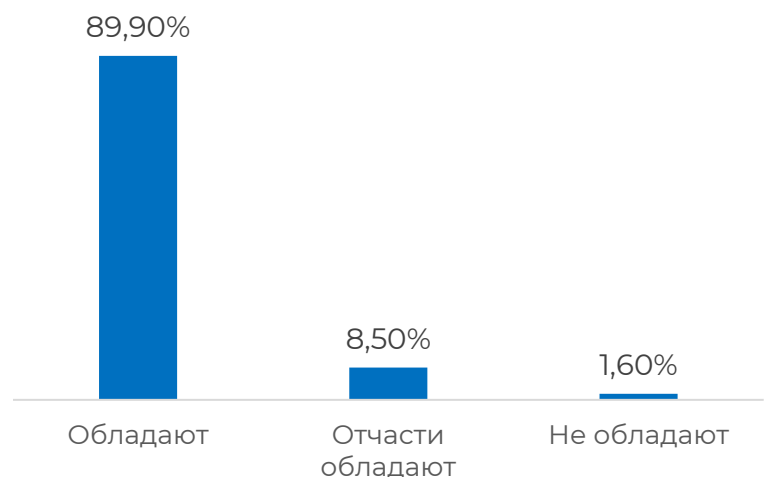


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

I. Показатели дружелюбия и партнерства:

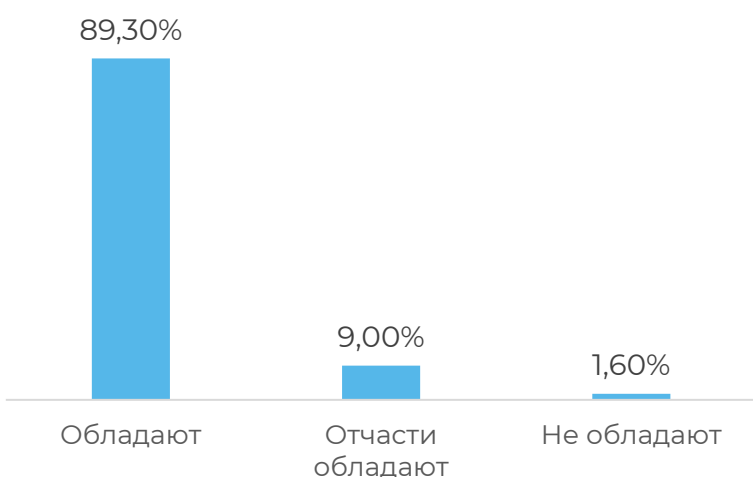
1. Уровень развития профессиональных компетенций сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Сотрудники ЦЗН обладают высоким уровнем профессиональных знаний для оказания услуг и сервисов в сфере занятости».



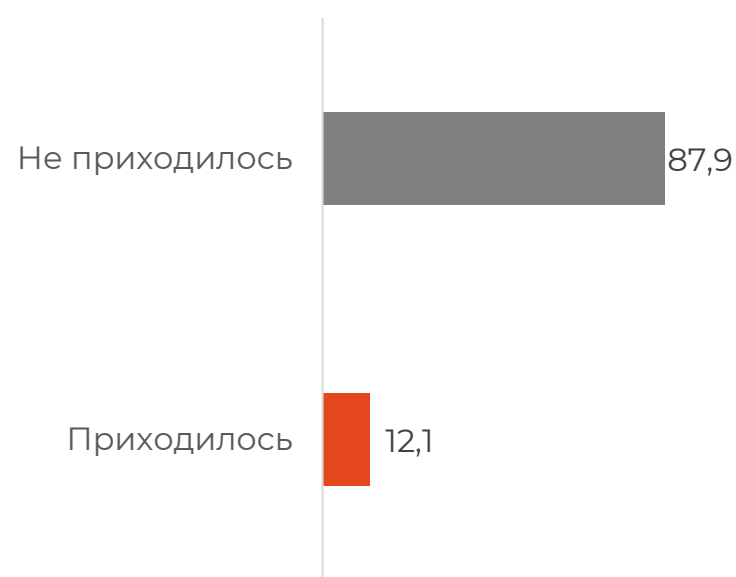
2. Уровень развития коммуникативных компетенций сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Сотрудники ЦЗН обладают хорошими коммуникативными навыками (проявление чуткости, внимательности и т.д.)».



3. Открытость руководства ЦЗН

«Приходилось ли Вам обращаться к руководству ЦЗН?»

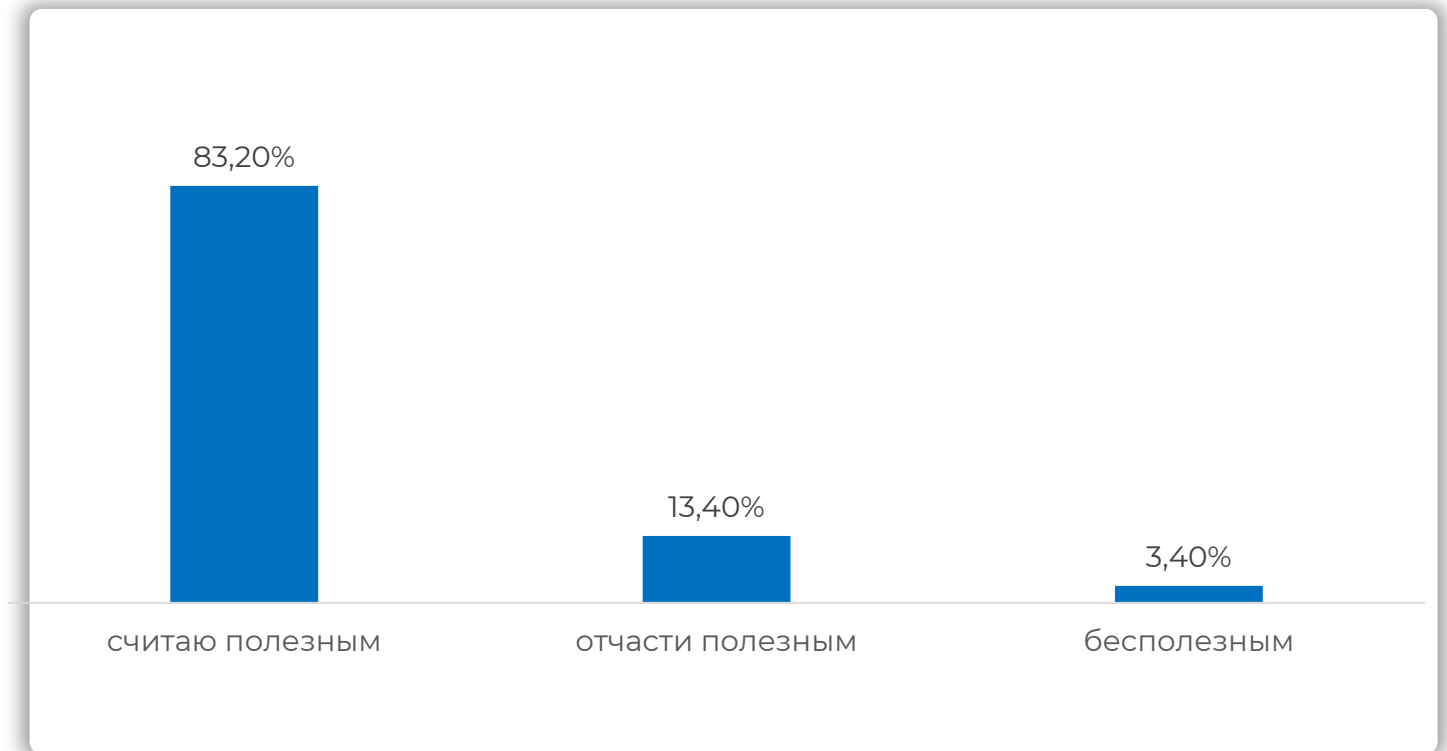


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

II. Показатели полезности обращения в СЗН

Эффективность/полезность обращения в ЦЗН

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Я считаю свое обращение в ЦЗН полезным»



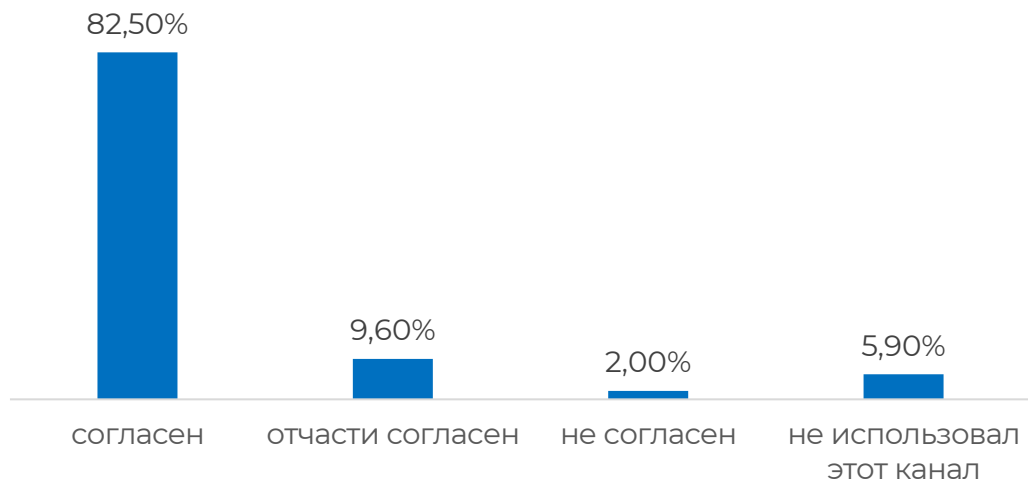
Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

1. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в офисе ЦЗН

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

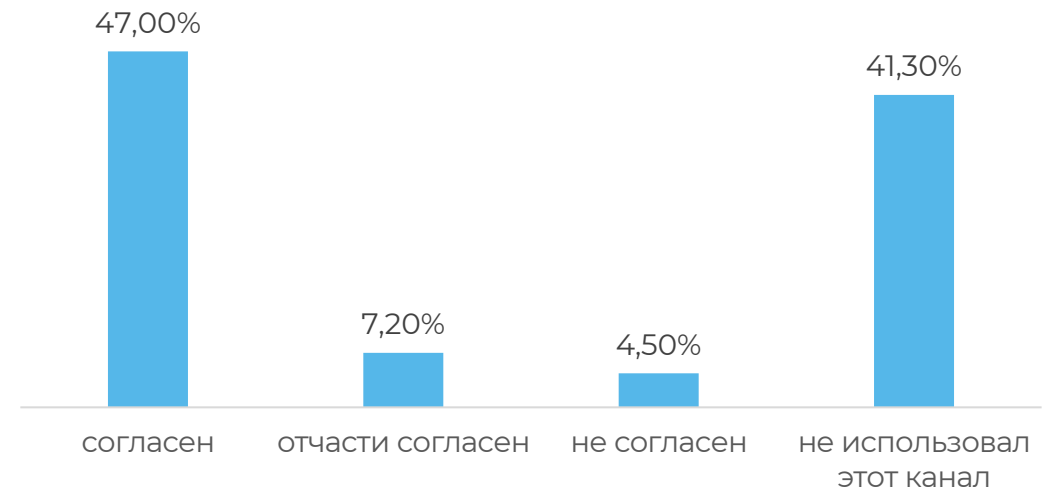
в офисе



2. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН на региональном сайте

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

на региональном сайте СЗН



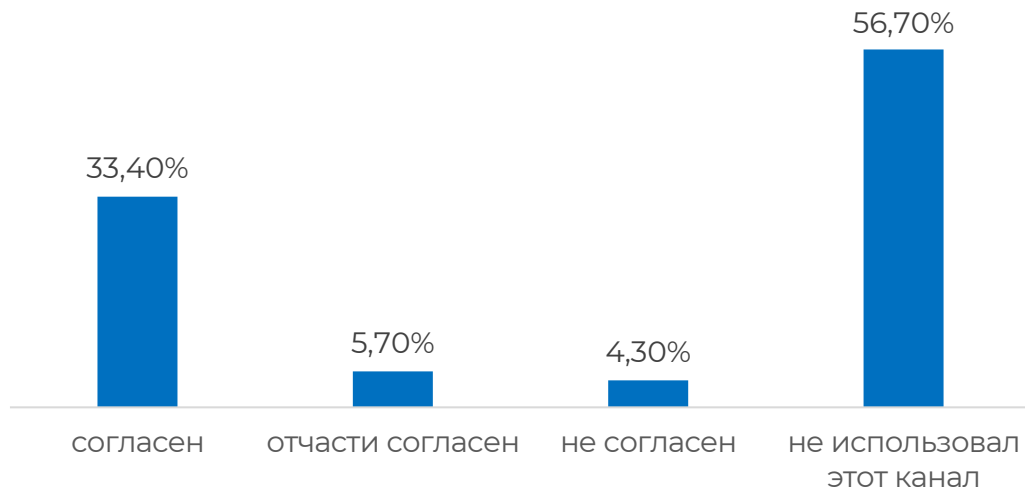
Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

3. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в социальных сетях

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

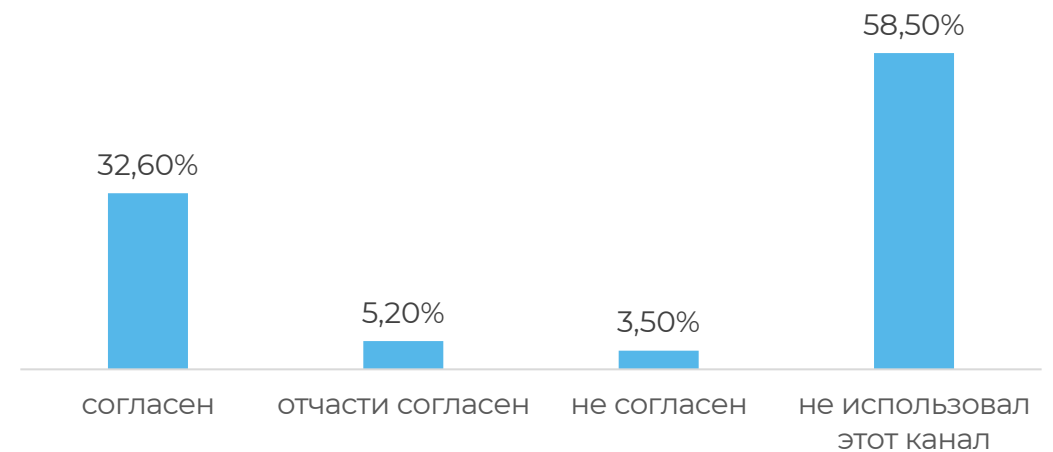
в социальных сетях СЗН



4. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в контакт-центре

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

в контакт-центре

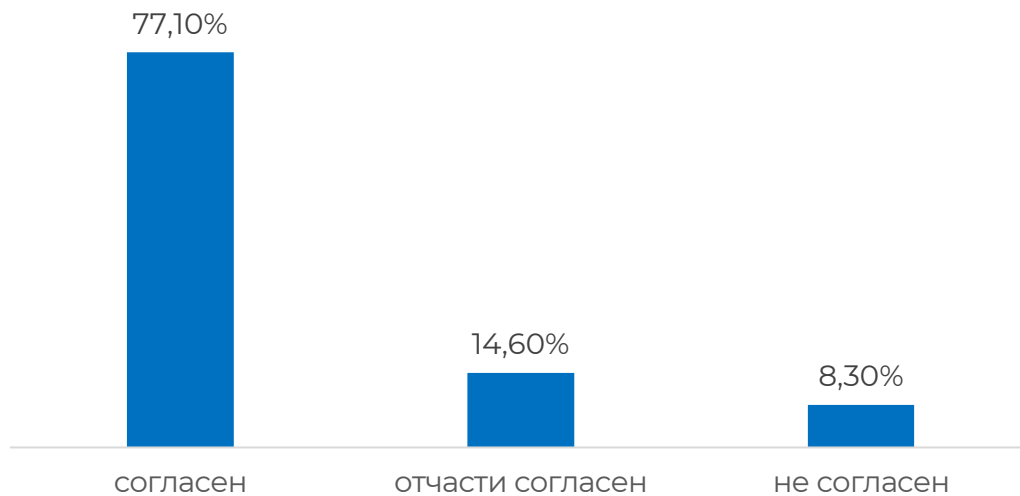


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

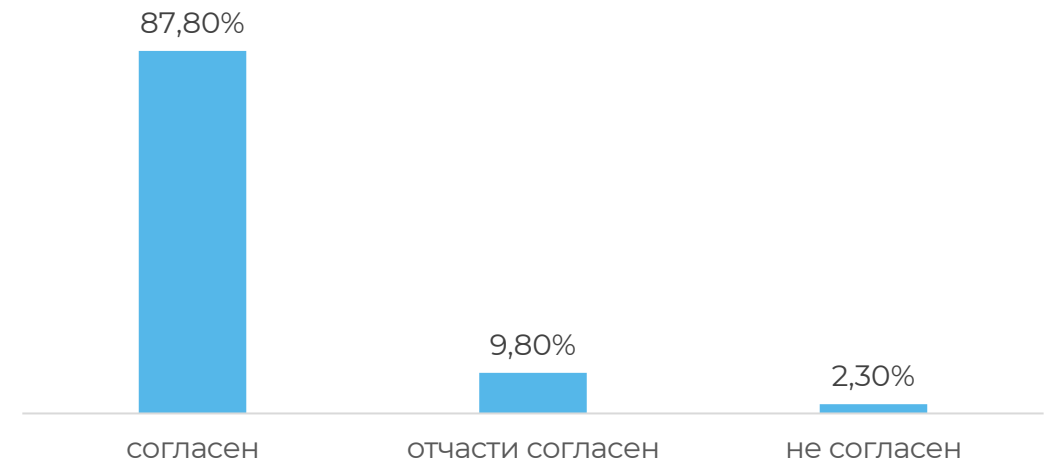
5. Простота процедур, в т.ч. в части заполнения документов

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Мне было просто пройти все процедуры в ЦЗН (например, заполнить документы и пр.)».



6. Быстрое реагирование на запрос клиента

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «В ЦЗН быстро и оперативно реагируют на мои обращения».

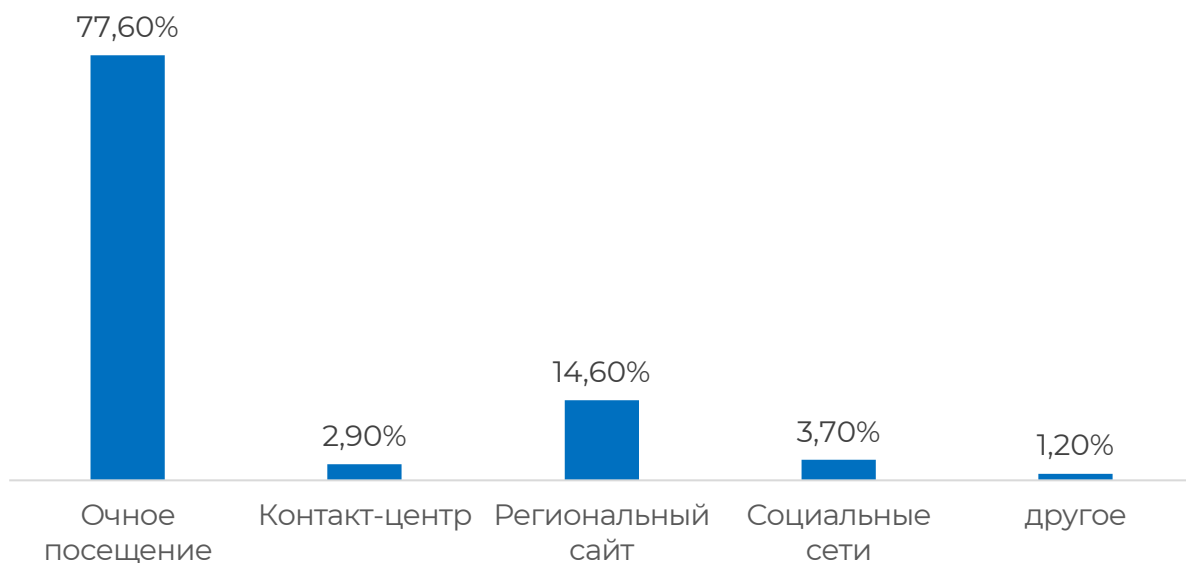


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

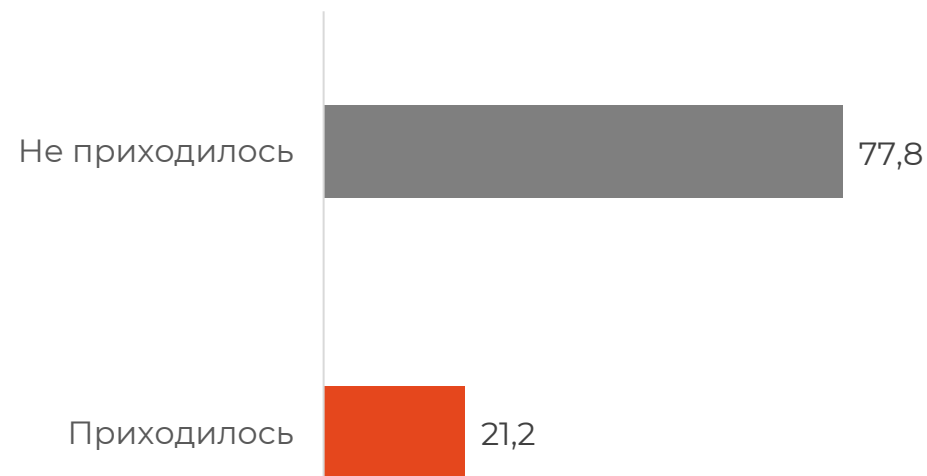
7. Многоканальность и омниканальность взаимодействия

Какой канал взаимодействия является для Вас наиболее удобным (офис ЦЗН, контакт-центр, социальные сети ЦЗН, сайт СЗН и т.д.).



8. Возможность предварительной записи на прием

Пользовались ли Вы функцией предварительной записи?



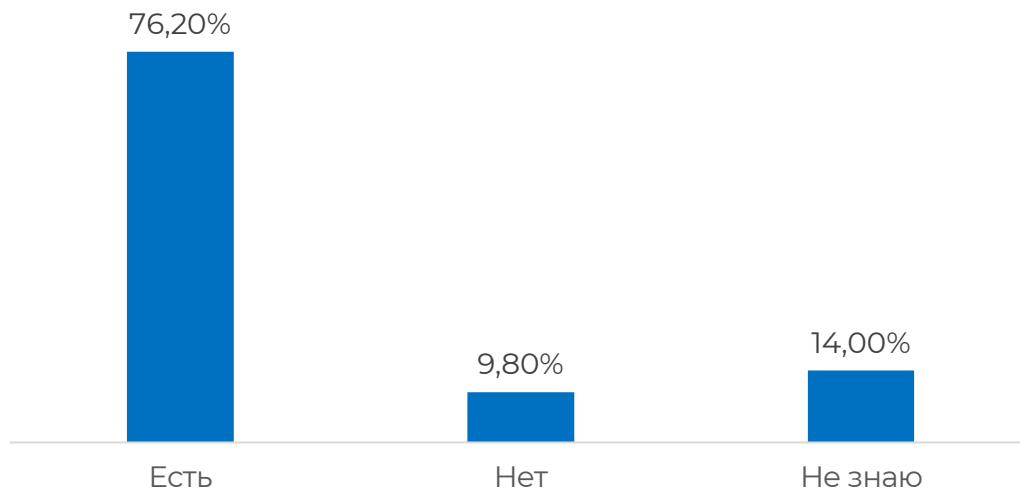
Низкая востребованность в первую очередь основывается на отсутствии в большинстве ЦЗН возможности предварительной записи для получения услуг, сервисов и консультаций.

Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

IV. Показатели адресности и персонализации взаимодействия с клиентом

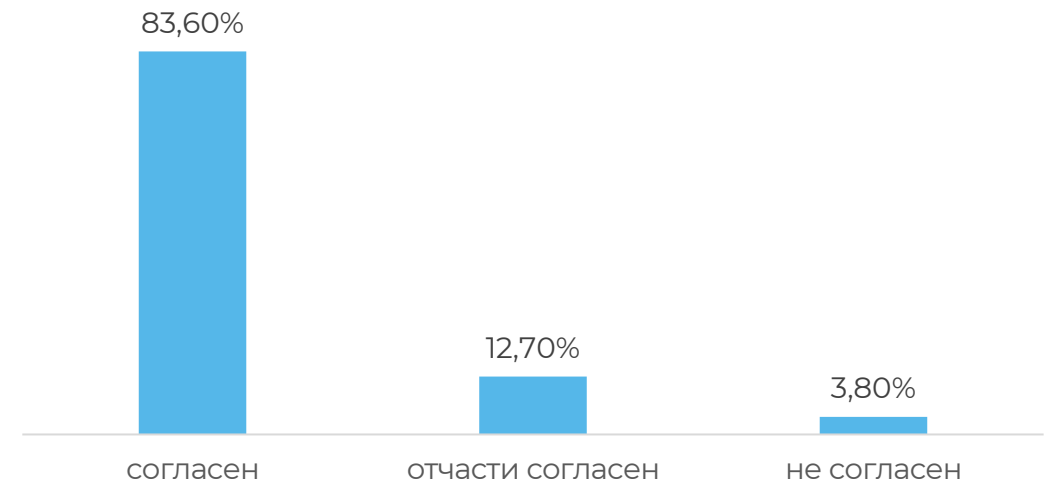
1. Наличие личного (прикрепленного) консультанта

Есть ли у Вас личный, закреплённый за Вами консультант (куратор)?



2. Учет личных обстоятельств

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Мои личные обстоятельства были учтены сотрудниками ЦЗН при оказании услуг»

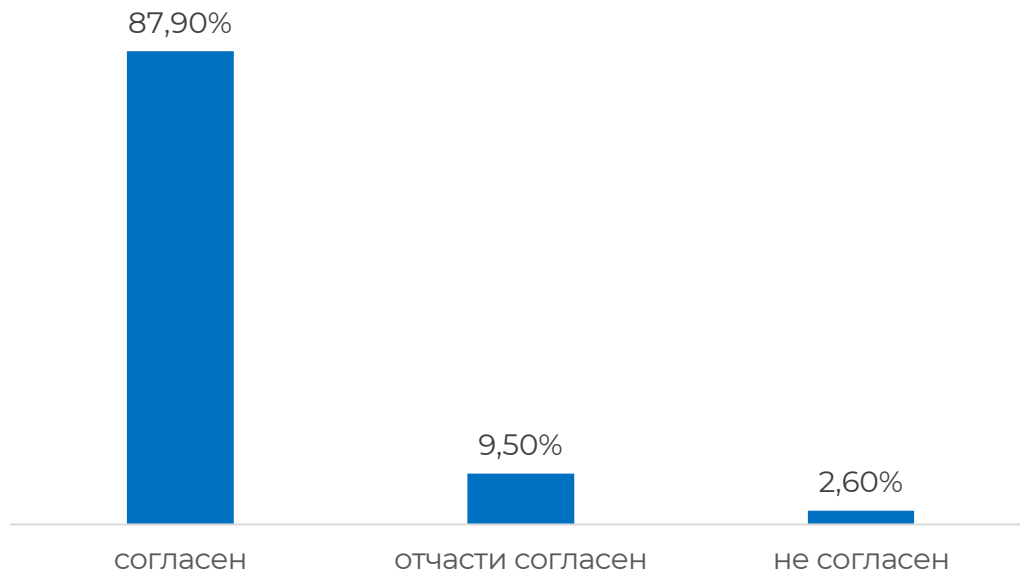


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

V. Показатели внешнего комфорта и удобства

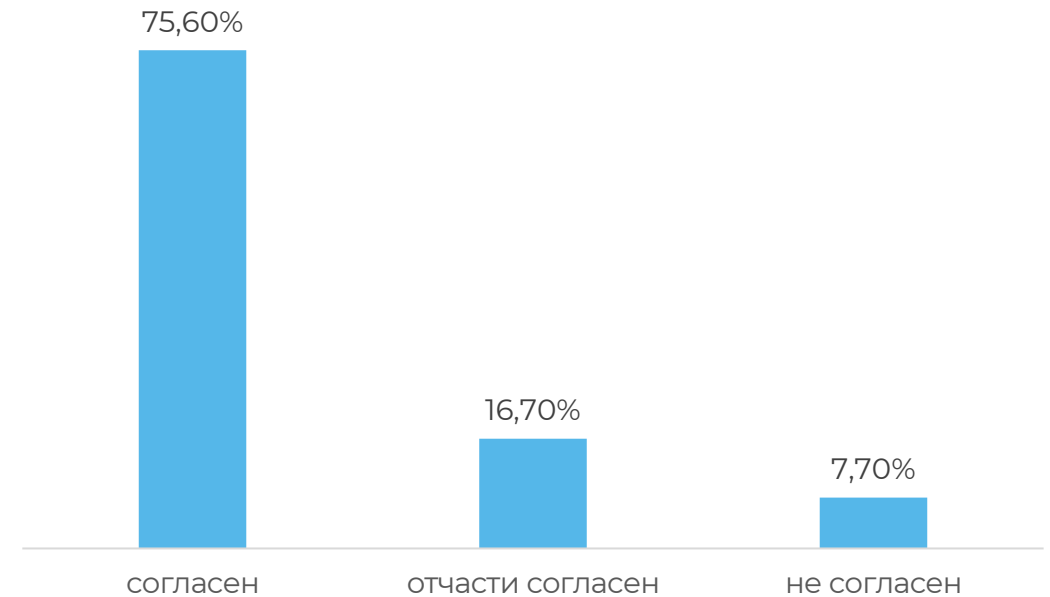
1. Комфортность условий для получения услуг и сервисов

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Мое пребывание в ЦЗН было комфортным»



2. Транспортная доступность

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Мне было легко добраться до ЦЗН»

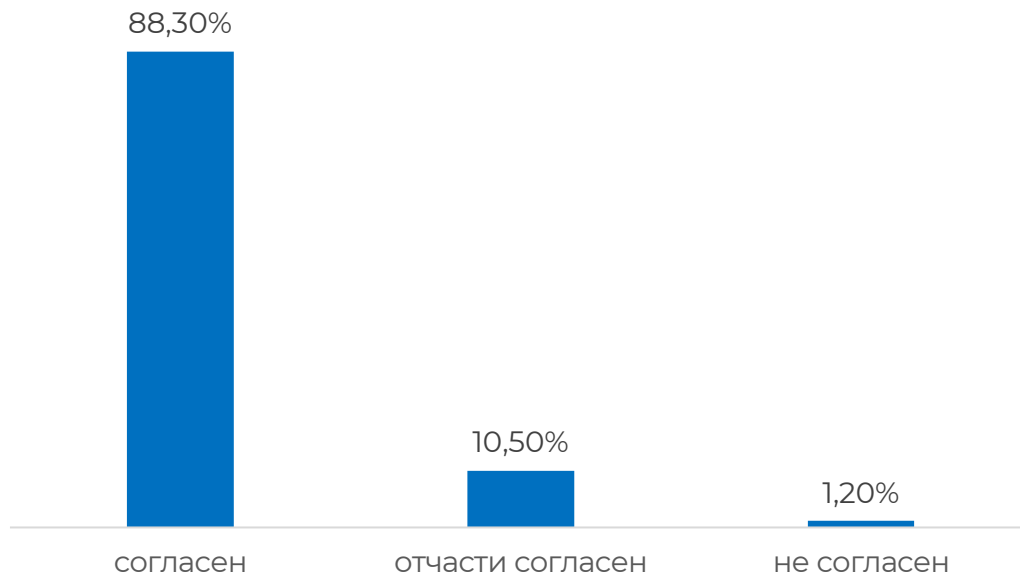


Показатели клиентоцентричности с точки зрения соискателей

V. Показатели внешнего комфорта и удобства

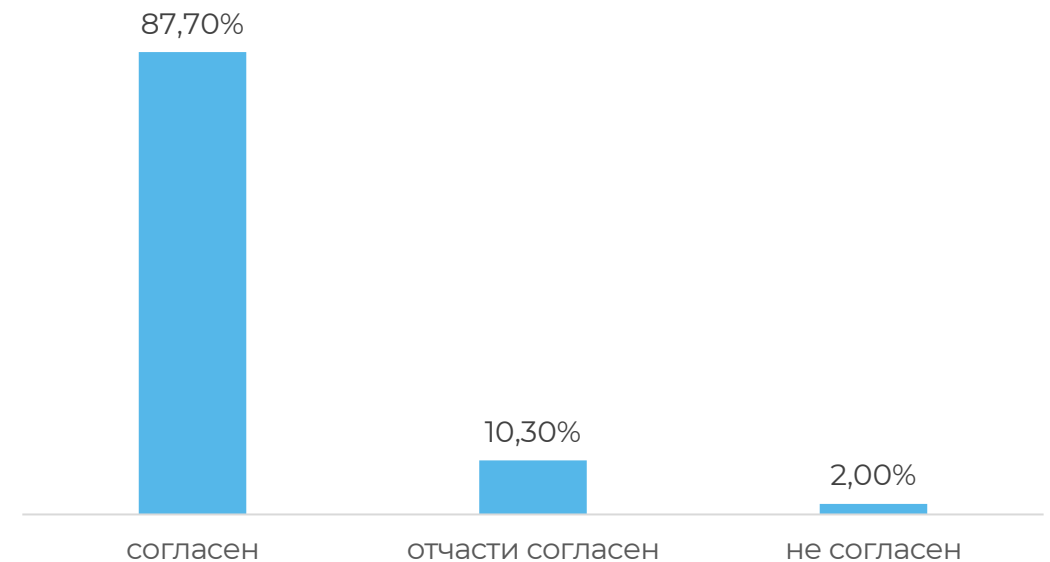
3. Внешний вид сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Внешний вид сотрудников ЦЗН соответствует деловому стилю»



4. Согласованность действий между подразделениями СЗН (глазами клиента)

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Действия сотрудников ЦЗН между собой были согласованы и слажены»



Предложения соискателей

После заполнения опросного листа у респондентов была возможность оставить свой комментарий

→ **12,2%** опрошенных соискателей оставили дополнительный комментарий

Часто упоминаемые темы:

Благодарность ЦЗН и сотрудникам приема, за оказанные услуги/сервисы

Замечания, касающиеся комфортности офиса ЦЗН (отсутствие кулера с питьевой водой и кондиционера)

Описание сложностей дистанционного взаимодействия, в том числе связанные с некорректной работой ЕЦП «Работа России» и отсутствием персонального компьютера с доступом в интернет

Пожелания респондентов увеличить долю личного взаимодействия с куратором (специалистом приема) в офисе ЦЗН

Производственно-экономическая характеристика работодателей

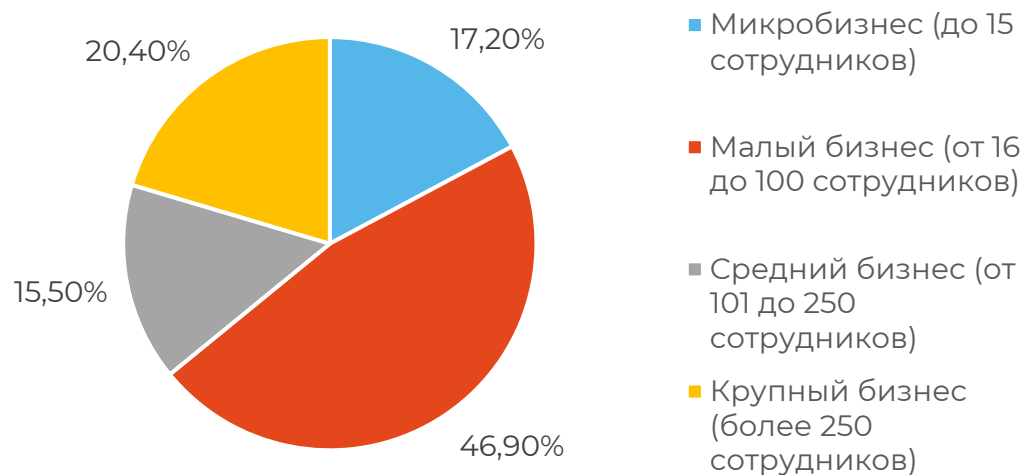
Форма собственности:



Категории работодателей:



По количеству сотрудников

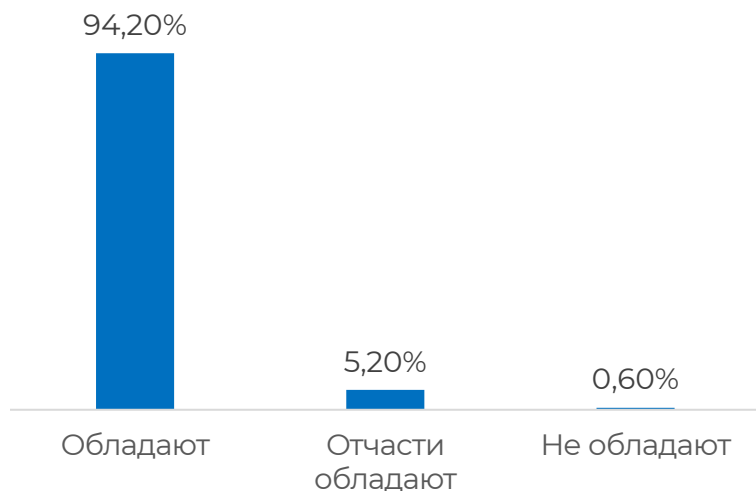


Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

I. Показатели дружелюбия и партнерства:

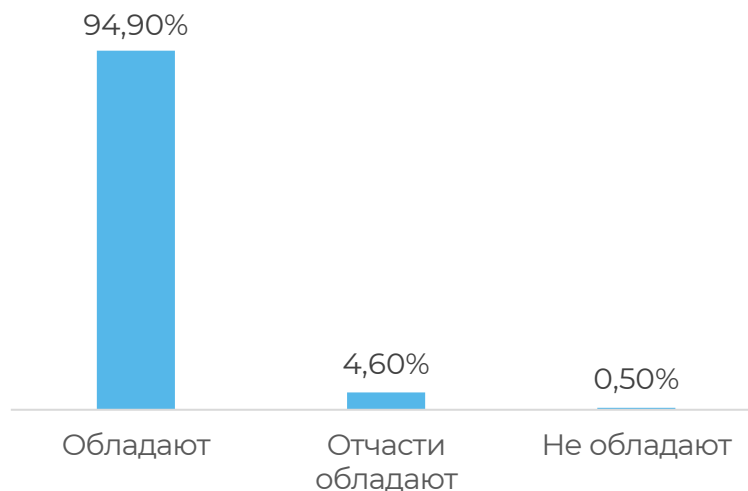
1. Уровень развития профессиональных компетенций сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Сотрудники ЦЗН обладают высоким уровнем профессиональных знаний для оказания услуг и сервисов в сфере занятости».



2. Уровень развития коммуникативных компетенций сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Сотрудники ЦЗН обладают хорошими коммуникативными навыками (проявление чуткости, внимательности и т.д.)».



3. Открытость руководства ЦЗН

«Приходилось ли Вам обращаться к руководству ЦЗН?»

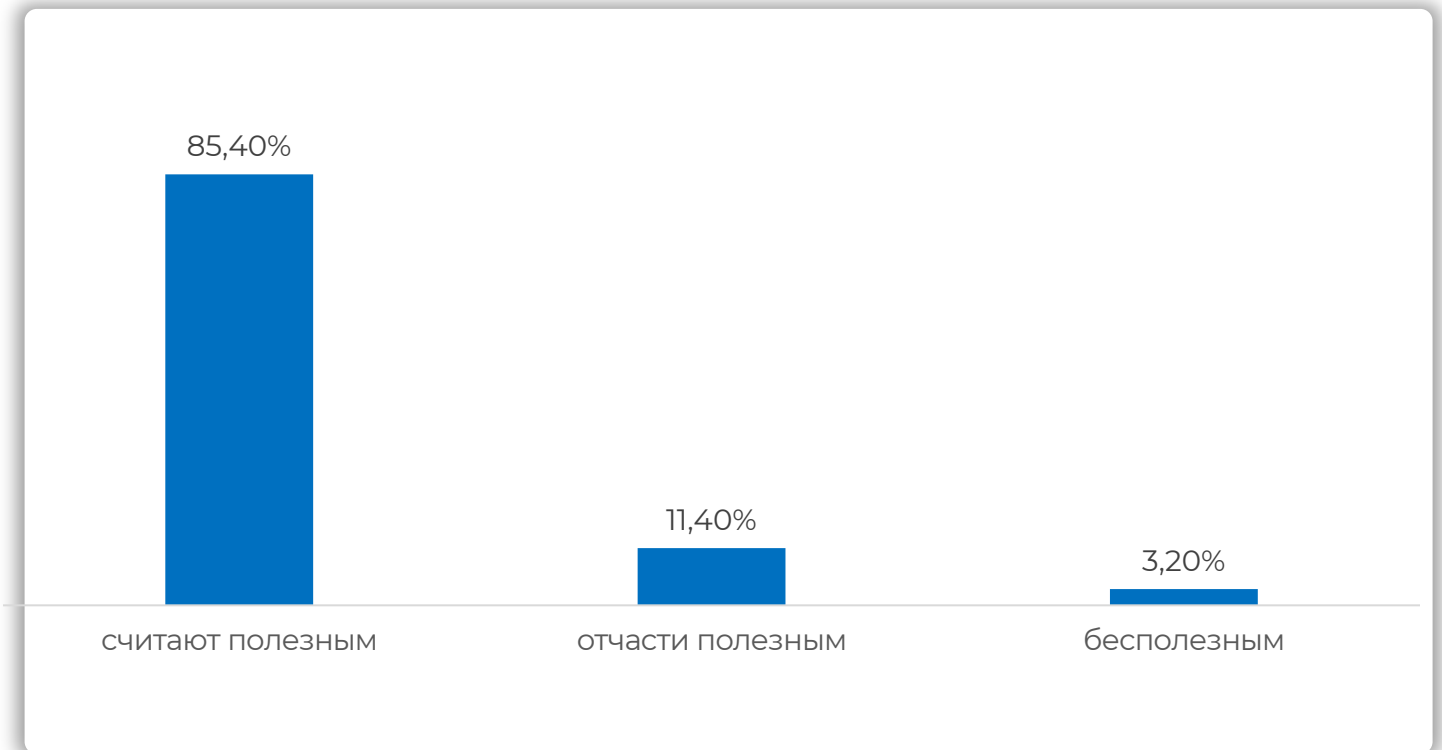


Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

II. Показатели полезности обращения в ЦЗН

Эффективность/полезность обращения в ЦЗН

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Обращение в ЦЗН было полезным для моей организации / организации, в которой я работаю»



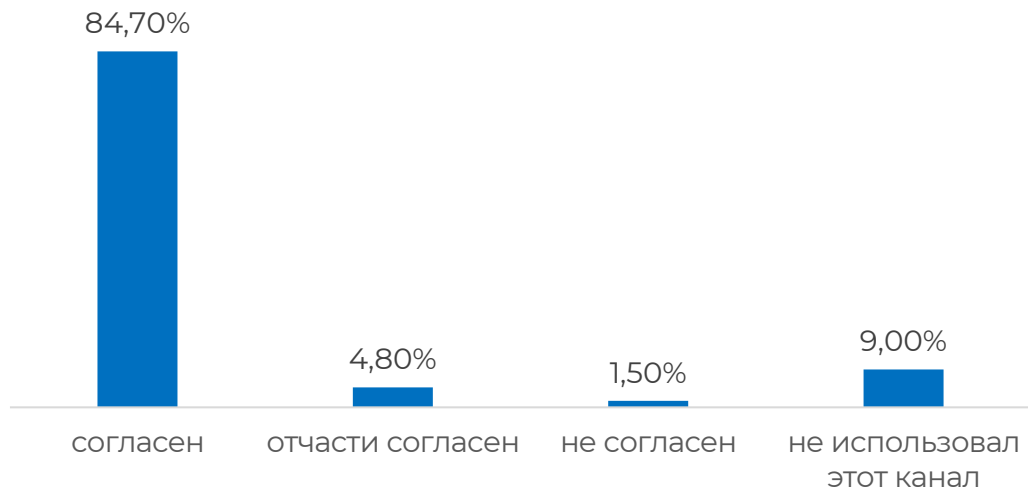
Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

1. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в офисе ЦЗН

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

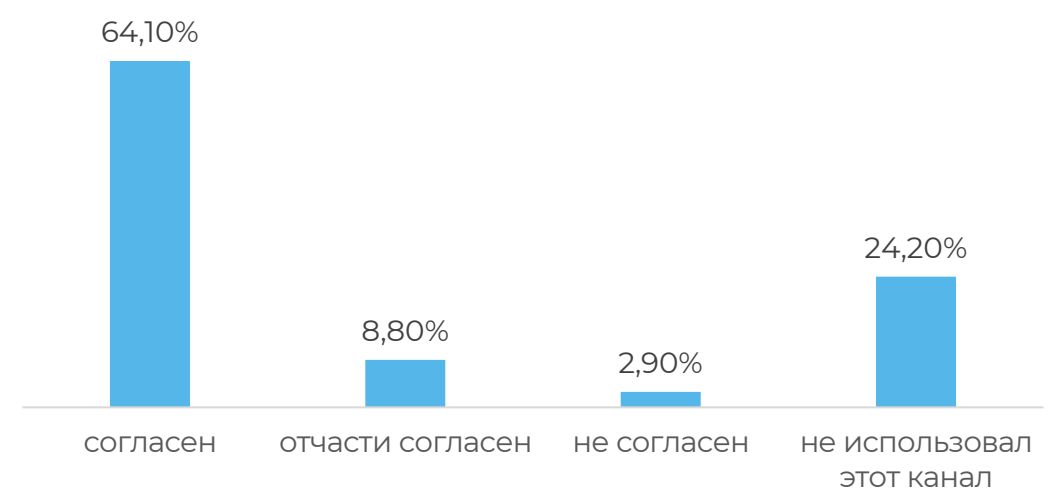
в офисе



2. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН на региональном сайте

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

на региональном сайте СЗН



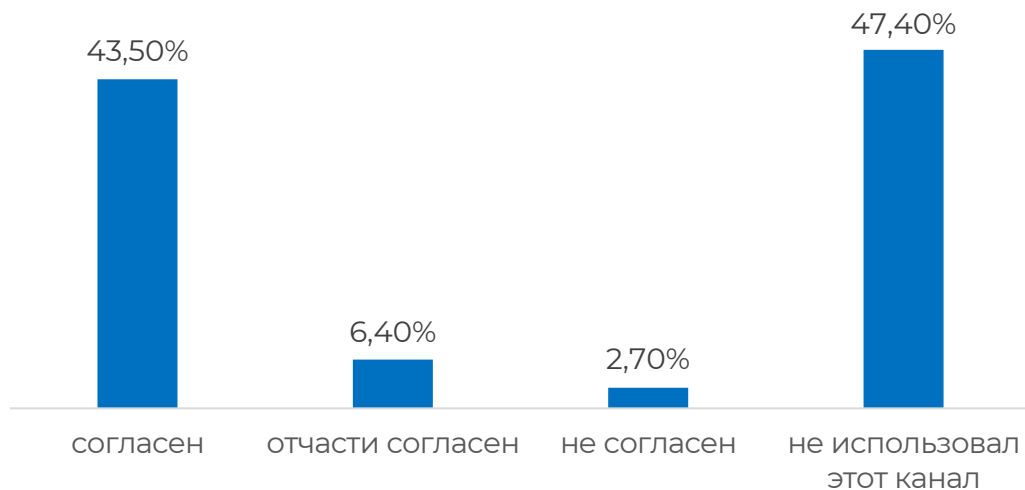
Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

3. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в социальных сетях

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

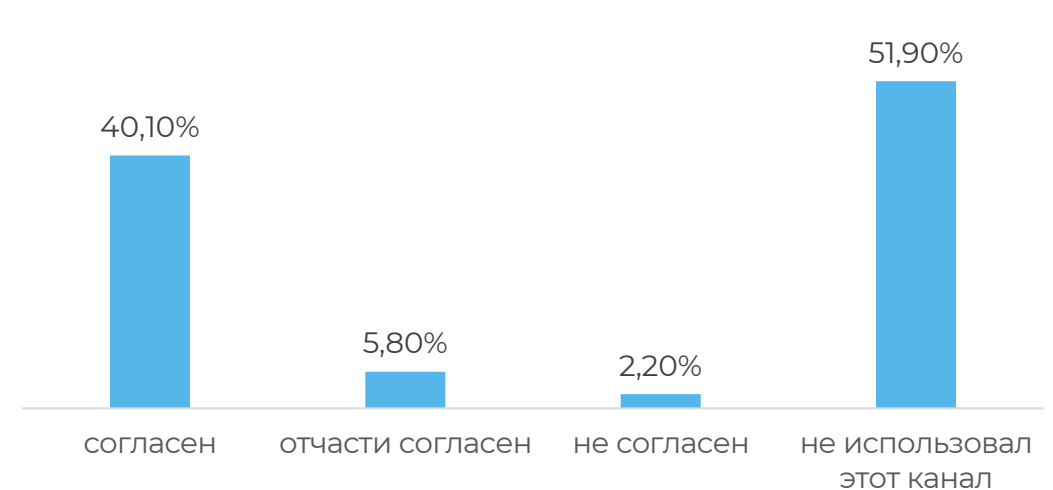
в социальных сетях СЗН



4. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в контакт-центре

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Информация о ЦЗН, его услугах и сервисах сформулирована и представлена в понятной и доступной для меня форме»

в контакт-центре



Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

5. Простота процедур, в т.ч. в части заполнения документов

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Мне, как представителю организации, было просто пройти все процедуры в ЦЗН (например, заполнить документы и пр.)».



6. Быстрое реагирование на запрос клиента

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «В ЦЗН оперативно реагируют на обращения организации, в которой я работаю».

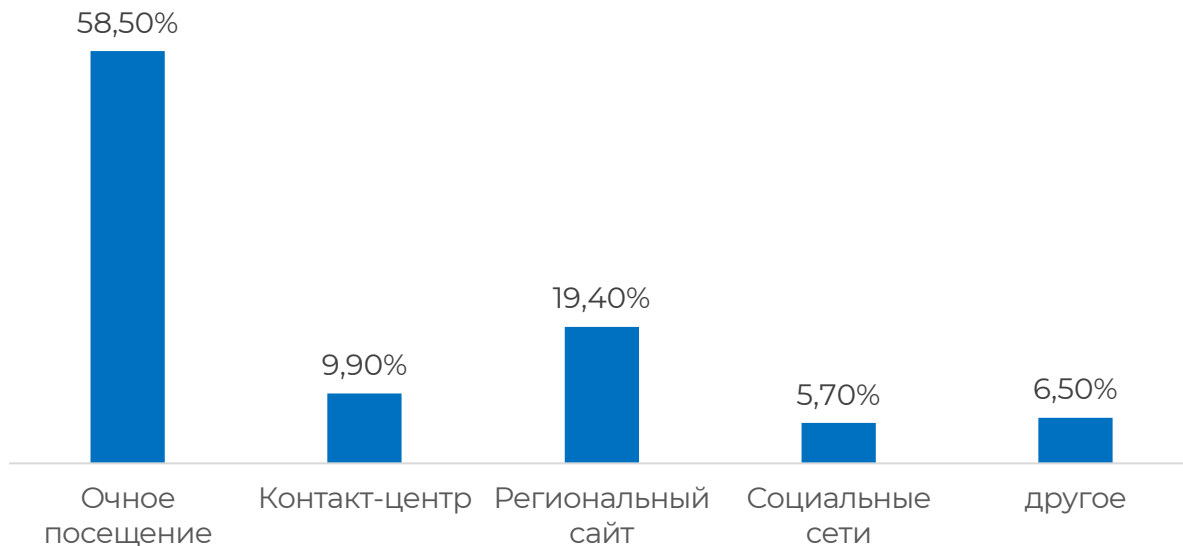


Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

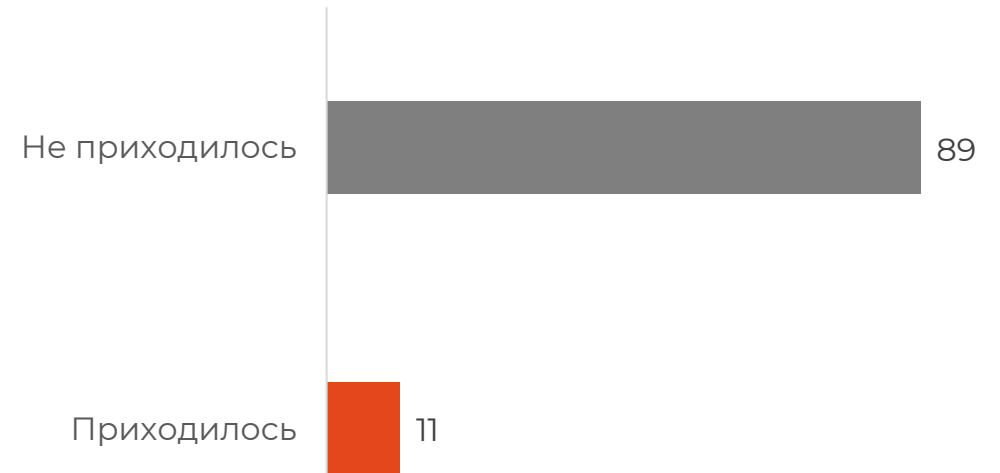
7. Многоканальность и омниканальность взаимодействия

Какой канал взаимодействия является для Вас наиболее удобным (офис ЦЗН, контакт-центр, социальные сети ЦЗН, сайт СЗН и т.д.).



8. Возможность предварительной записи на прием

Пользовались ли Вы функцией предварительной записи?



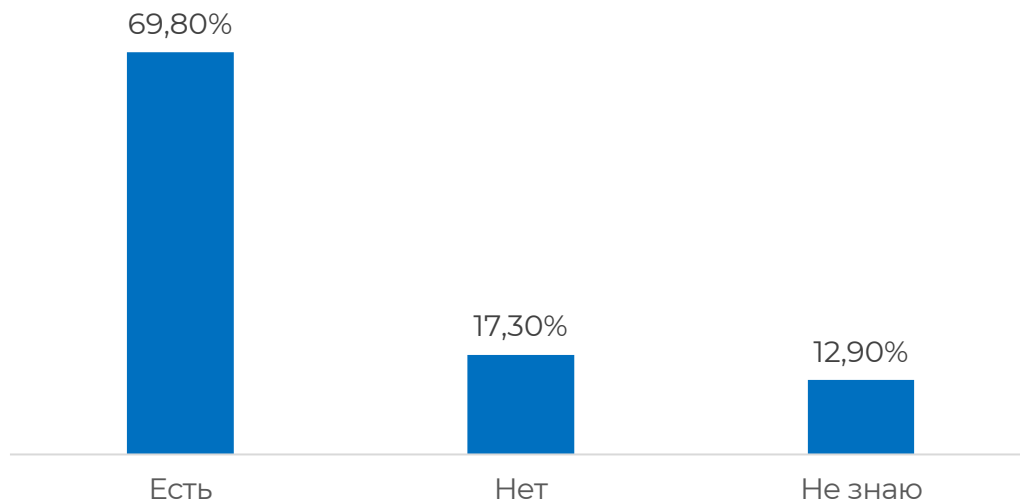
Низкая востребованность в первую очередь основывается на отсутствии в большинстве ЦЗН возможности предварительной записи для получения услуг, сервисов и консультаций.

Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

IV. Показатели адресности и персонализации взаимодействия с клиентом

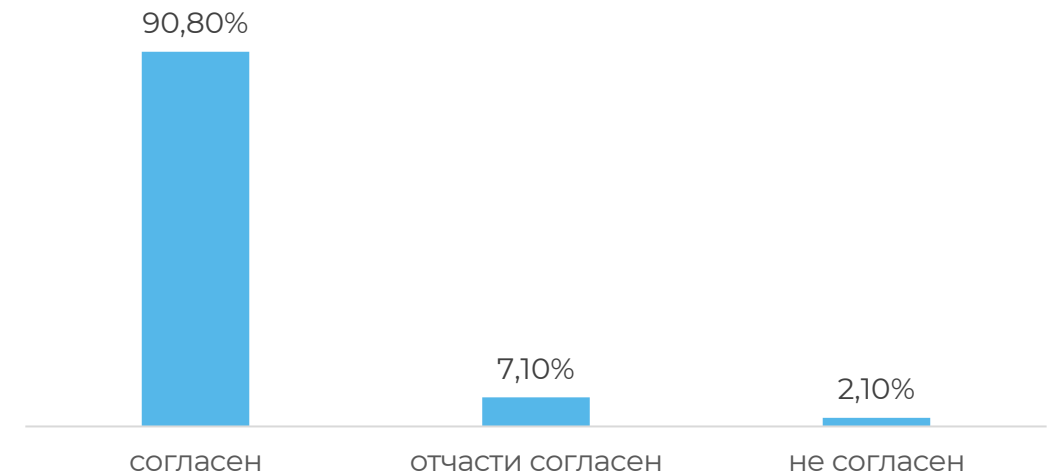
1. Наличие личного (прикрепленного) консультанта

Есть ли у Вас личный, закреплённый за Вами консультант (куратор)?



2. Учет личных обстоятельств

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением: «Обстоятельства, важные для моей организации, были учтены сотрудниками ЦЗН при оказании услуг»

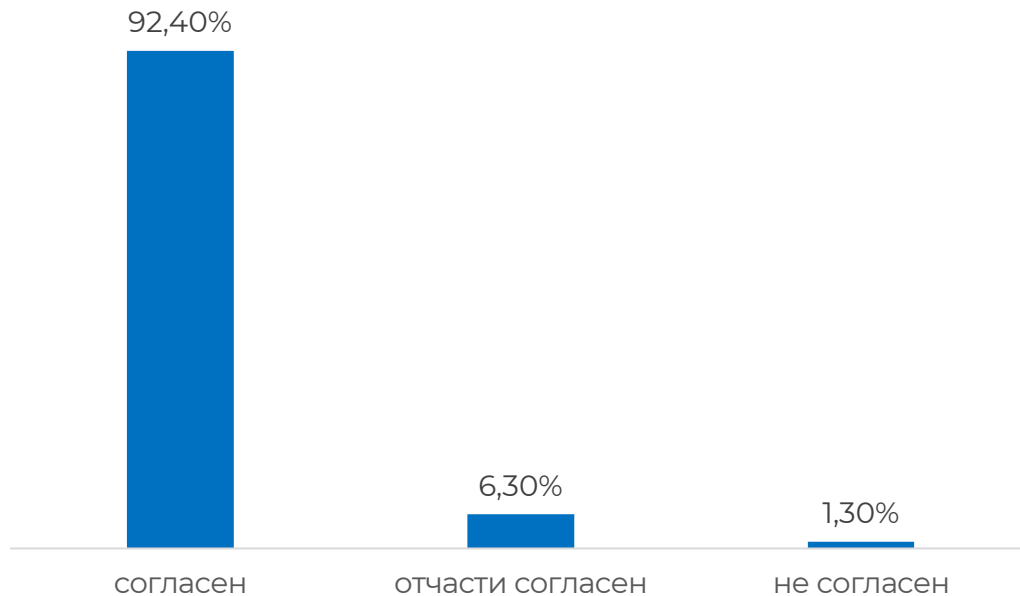


Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

V. Показатели внешнего комфорта и удобства

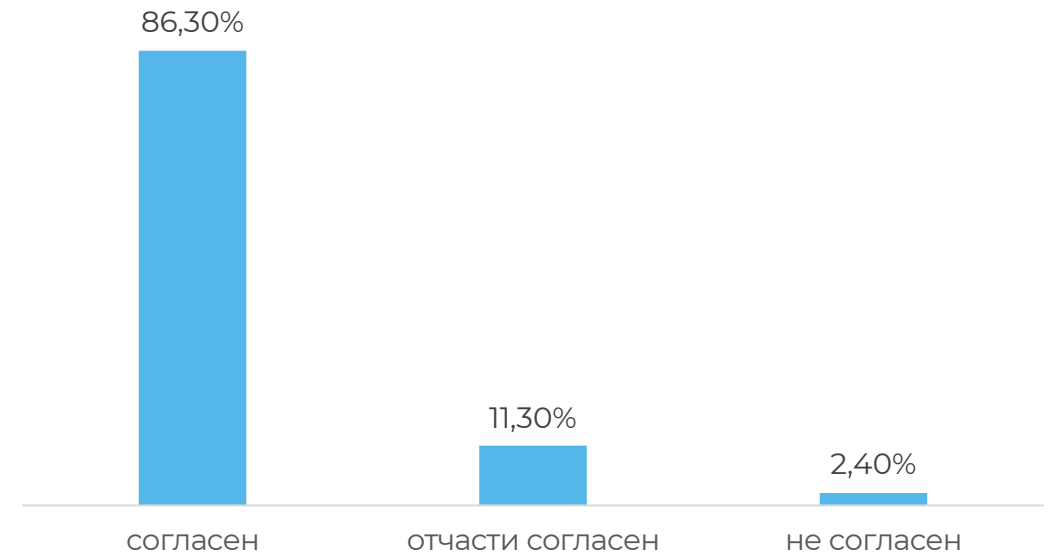
1. Комфортность условий для получения услуг и сервисов

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Мое пребывание в ЦЗН было комфортным»



2. Транспортная доступность

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Мне было легко добраться до ЦЗН»

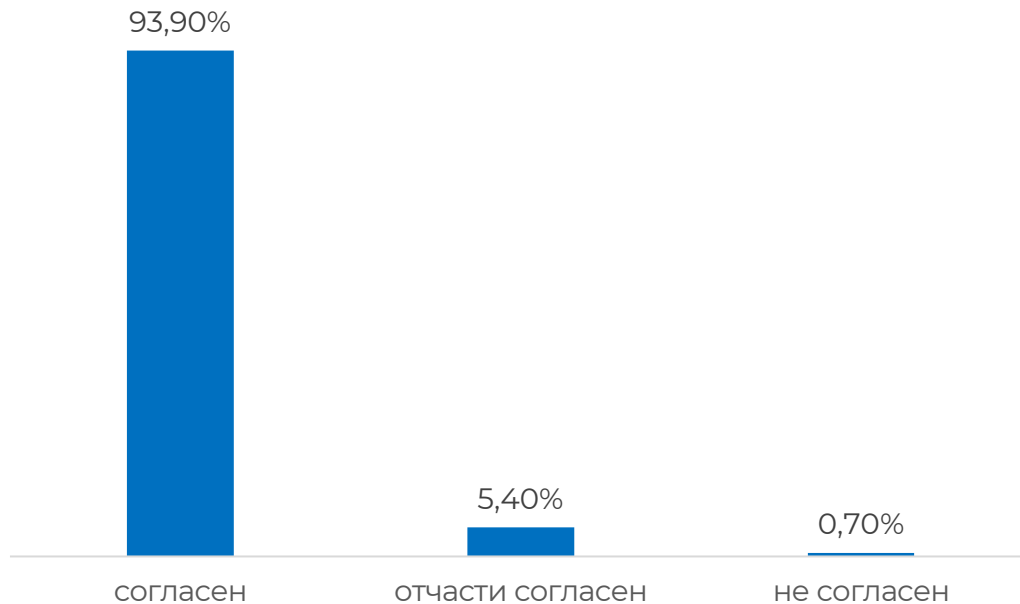


Показатели клиентоцентричности с точки зрения работодателей

V. Показатели внешнего комфорта и удобства

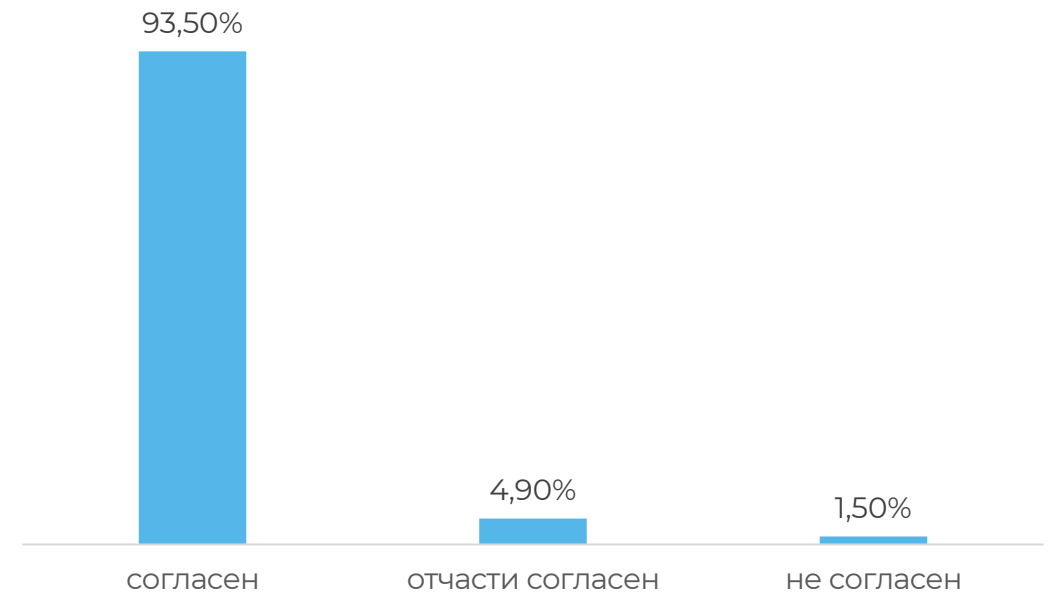
3. Внешний вид сотрудников

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Внешний вид сотрудников ЦЗН соответствует деловому стилю»



4. Согласованность действий между подразделениями СЗН (глазами клиента)

В какой мере Вы согласны со следующим утверждением:
«Действия сотрудников ЦЗН между собой были согласованы и слажены»



Предложения работодателей

После заполнения опросного листа у респондентов была возможность оставить свой комментарий

→ **88%**

опрошенных работодателей оставили дополнительный комментарий

Часто упоминаемые темы:

Благодарность ЦЗН и сотрудникам, за оказанные услуги/сервисы

Сообщения о некорректной работе ЕЦП Работа России

Пожелания к более тщательному подбору соискателей на вакансии

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

I. Показатели дружелюбия и партнерства

Открытость руководства

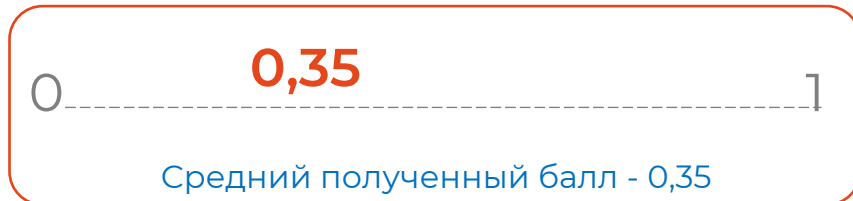
Измерение данных на основе заполненного чек-листа (см. слайд 14) из 5 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,2 балла.



5 регионов



8 точек присутствия



- Ротация кадров, проведение дней, когда руководство «меняется» рабочими местами с сотрудниками приема, проводится только в нескольких ЦЗН.
- Во всех пилотных ЦЗН есть приемные дни для клиентов, но часто информация о них размещена только на инфостенде в офисе.
- Публично доступные телефоны руководителя есть в большинстве точек присутствия, но написать руководителю на электронную почту достаточно сложно.

II. Показатели полезности обращения в СЗН

1. Динамика роста базы вакансий

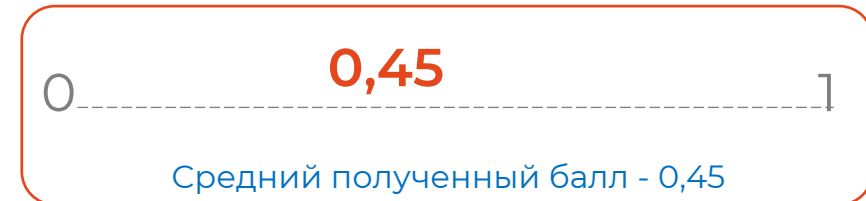
Методика измерения данного показателя заключается в расчете отношения количества вакансий за отчетный период к количеству вакансий за предыдущий период.



4 региона



7 точек присутствия



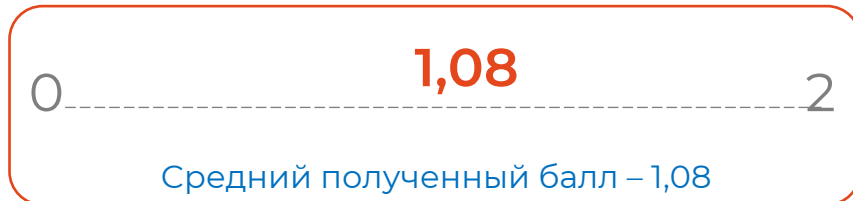
- Учитывая сложную экономическую ситуацию, полученный результат можно считать положительным

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

II. Показатели полезности обращения в ЦЗН

2. Проведение мероприятий, стимулирующих рост базы соискателей

Оценка данного показателя определяется наличием мероприятий, проводимых ЦЗН, стимулирующих увеличение базы соискателей. При этом значимость имеет не количество, а разнообразие проводимых мероприятий (см слайд 19). Наличие одного мероприятия дает 0,2 балла.

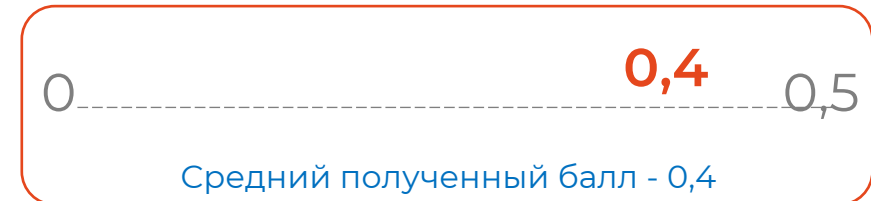


- Отдельно стоит отметить разнообразие мероприятий, которые предлагают для своих клиентов коллеги из ГКУ ВО «ЦЗН города Владимира» и ОКУ «ЦЗН города Челябинска»

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

1. Доступность и понятность информации о сервисах и ЦЗН в офисе ЦЗН

Измерение данных на основе заполненного чек-листа (см. слайд 23) из 5 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,2 балла.



- Информация для клиентов в офисах ЦЗН в целом располагается удобно и сгруппирована по темам. Не во всех офисах, участвующих в апробации, стенды выдержаны в едином корпоративном стиле, так как эти точки присутствия еще не включены в модернизацию служб занятости населения.
- Стоит бы отметить существенный перекоc в количестве информационных материалов в пользу соискателей. Об услугах и сервисах, которыми могут воспользоваться работодатели, найти информацию сложнее

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

2. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН на региональном сайте

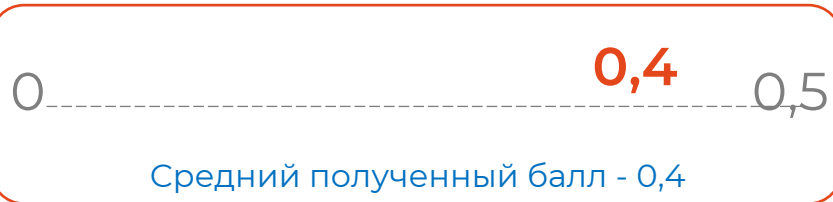
Измерение данных на основе заполненного чек-листа (см. слайд 25) из 5 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,2 балла.



5 регионов



11 точек присутствия



- Следует отметить, что в отдельных регионах сайты СЗН/ЦЗН задублированы или совмещены с другими региональными службами, что создает определенные трудности при поиске информации о СЗН.
- Изучаемые сайты адаптированы для граждан, имеющих ограниченные зрительные возможности.
- На всех сайтах присутствует информация об адресах ЦЗН, но часто нет режима работы отдельных точек присутствия.

3. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в социальных сетях

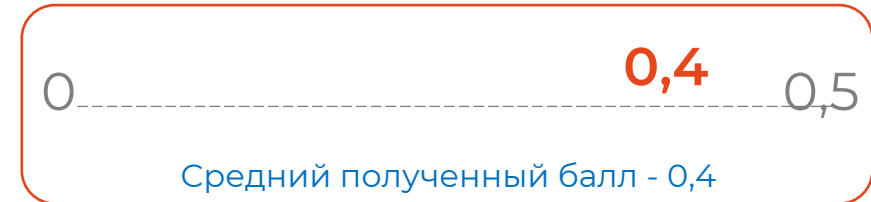
Измерение данных на основе заполненного чек-листа (см. слайд 27) из 5 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,2 балла.



5 регионов



11 точек присутствия



- Большое количество замечаний по данному параметру относится к оформлению контента, так как не выдержан единый стиль.

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

4. Доступность и понятность информации о сервисах и СЗН в контакт-центре

Измерение данных на основе заполненного чек-листа (см. слайд 29) из 5 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,2 балла.



5 регионов



11 точек присутствия



- В ходе анонимных звонков в ЦЗН обнаружено, что большинство сотрудников в телефонной беседе не соблюдают скрипт приветствия (поздороваться, представиться и озвучить отделение ЦЗН).
- Рекомендуется познакомить сотрудников со скриптами, предложенными в сборнике методических и практических рекомендаций «Управления клиентским опытом в государственной службе занятости населения» и провести обучение по данной теме.

5. Наличие сайта региональной СЗН

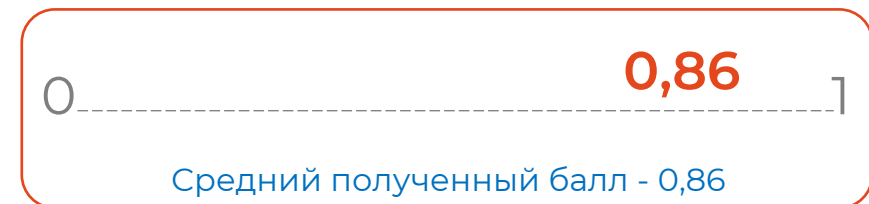
Измерение данных на основе заполненного чек-листа из 4 параметров. За наличие одного параметра присваивается 0,25 балла.



5 регионов



9 точек присутствия



- Больше количество замечаний по данному параметру относится к оформлению контента, так как не выдержан единый стиль.

Данный параметр объединен с показателем «Доступность и понятность информации о сервисах и ЦЗН в целом на региональном сайте»

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

6. Многоканальность и омниканальность взаимодействия

Измерения данного показателя заключается в определении наличия в ЦЗН различных способов (каналов) взаимодействия с клиентом. За наличие одного канала присваивается 0,1 балла (см. слайд 30).



5 регионов



8 точек присутствия

0 **0,6** 1

Средний полученный балл - 0,6

- Стоит отметить коллег из СЗН Ямало-Ненецкого АО, как абсолютных лидеров в разнообразии каналов взаимодействия с клиентами.

7. Быстрое реагирование на запрос клиента

На период пилотной апробации было принято решение в качестве объективного измерения показателя принять наличие внутреннего регионального отчета о внутреннем анализе параметров времени ожидания клиентов в очереди, статистика контакт-центра, времени оказания услуг и сервисов и др.



3 региона



7 точек присутствия

0 **0,8** 1

Средний полученный балл - 0,8

- Созданию подобного отчета и регулярному сбору данных значительно способствует наличие системы электронной очереди. Полученная информация позволяет повысить эффективность обслуживания клиентов и оптимизировать нагрузку на сотрудников приема.

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

III. Показатели, характеризующие минимизацию усилий клиента

8. Возможность предварительной записи на прием

Оценивается наличие функции предварительной записи в ЦЗН в различных каналах взаимодействия с клиентами и удобство механизма предварительной записи (см. Слайд 33).

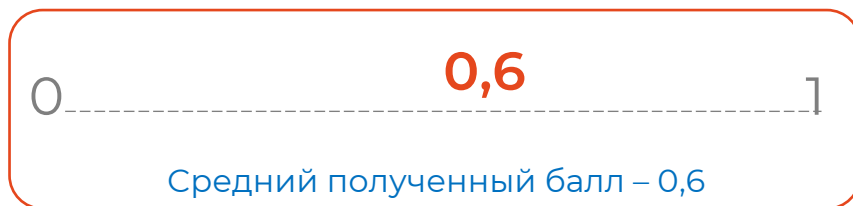
Наличие одного канала предзаписи присваивается 0,25 балла.



2 региона



5 точек присутствия



- В настоящее время в СЗН практически отсутствует возможность для клиента самостоятельно записаться и выбрать удобное время для получения услуги, сервиса или консультации.
- В большей степени это связано с большой нагрузкой сотрудников приема и недостаточностью штата СЗН.

IV. Показатели комфорта и удобства

1. Комфортность условий для получения услуг

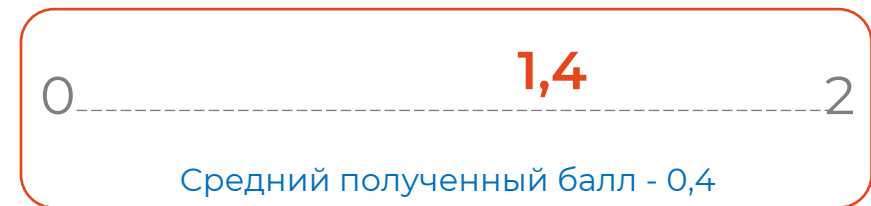
Баллы начислялись в зависимости от соответствия наличия параметров по трем уровням комфортности. 1 уровень – 2 балла, 2 уровень – 1 балл, 3 уровень – 0,5 балла.



5 регионов



11 точек присутствия



- Большинство офисов ЦЗН получили высший балл, они удобны, комфортны и клиентоцентричны. Более низкие оценки связаны с тем, что часть точек присутствия еще не включены в модернизацию СЗН.

Показатели клиентоцентричности, измеряемые на основе объективных данных

IV. Показатели комфорта и удобства

2. Транспортная доступность

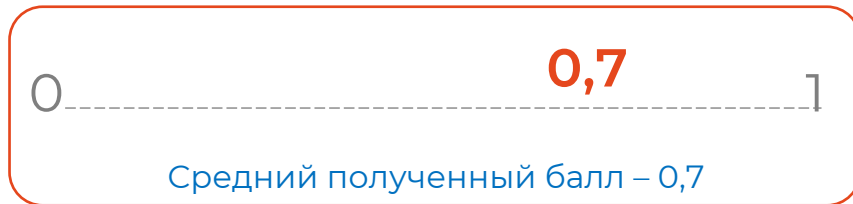
Измерения показателя заключается в определении наличия маршрутов общественного транспорта, пешей доступности, наличия парковки, доступной среды для граждан с инвалидностью – безбарьерной среды (пандусы, кнопки вызова сотрудников, визуальные метки и т.д.), наличия навигационных табличек, установленных в городе (см. слайд).



5 регионов



8 точек присутствия



- Все офисы ЦЗН, принимающие участие в пилотной апробации, находятся в шаговой доступности от остановок общественного транспорта.
- Большинство оборудовано приспособлениями для маломобильных клиентов.
- Парковки для клиентов, в том числе маломобильных встречаются значительно реже.

3. Внешний вид сотрудников

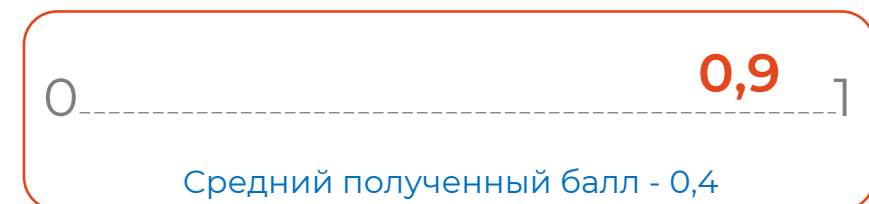
Определяется соответствие внешнего вида сотрудников ЦЗН 5 параметрам делового стиля. Наличие одного параметра дает 0,2 балла (см. слайд 41)



5 регионов



12 точек присутствия



- Возникшие замечания в целом казались двух первых параметров чек-листа: в отдельных точках присутствия сотрудниками не соблюдается деловой стиль в одежде и отсутствует фирменный паттерн «Работа в России».

Итоги пилотирования

Участники



13 регионов



26 точек
присутствия



В состав рабочей группы входили руководители и сотрудники СЗН региона. В среднем количество участников в регионе составило около 5 человек, в целом по проекту, в составе рабочих групп приняли участие 81 человек.

ФЦК



Более **160** консультаций в онлайн и офлайн форматах с использованием различных коммуникационных каналов



Обновлен проект методики измерения показателей клиентоцентричности в работе СЗН



Подготовлено и проведено **3** обучающих вебинара



Методическое содействие в сборе субъективных и объективных данных

Сложности пилотной апробации



Сжатые сроки проекта

Сжатые сроки проекта не позволили в автоматизированном виде собрать все значения для расчета Индекса клиентоцентричности. Значительная часть данных обрабатывалась вручную.



Большинство участников – флагманы

Это отразилось в существенно более высоких оценках по сравнению с социологическим исследованием клиентского опыта, проведенным ФЦК СЗ совместно с РОМИР в 2021 году



Недостоверные данные

В ходе анализа субъективных данных были выявлены факты внесения сотрудниками СЗН недостоверных данных

Факторы, способствующие успешности пилотной апробации



Количество пилотных ЦЗН

Субъекты, где в пилотной апробации принимали участие несколько офисов ЦЗН, смогли получить более полную сравнительную оценку показателей клиентоцентричности в работе СЗН



Вовлеченность руководства

Регионы – участники, где в руководителе занимал активную вовлеченную позицию, уже в ходе пилотной апробации совершенствовали качество клиентского опыта, ориентируясь на отдельные параметры показателей клиентоцентричности



Активное участие

Представители рабочих групп активно участвовали в обсуждении, давали замечания и делали предложения по совершенствованию методики, что позволило вносить корректировки в методику в процессе пилотной апробации

Основные изменения в методике по итогам пилотирования

01

Добавлено разделение на централизованную и децентрализованную сети ЦЗН

02

Внесены изменения в формулу подсчета Индекса Клиентоцентричности

03

Изменена верхняя граница при подсчете субъективных данных (от 8 до 10 - является положительным ответом)

04

Удален показатель «Наличие регионального сайта СЗН»

05

Показатель «Доступности и понятности информации» разделен на 4 отдельных показателя

06

Внесены изменения в расчет показателя «Динамика роста базы вакансий»

07

Заменена часть параметров в чек-листе «Доступность и понятность информации в контакт-центре»

08

Произведена коррекция параметров в чек-листе «Комфортность условий для получения услуг и сервисов», добавлены пояснения

09

Расширен чек-лист «Транспортная доступность»

10

Внесены изменения в опросные листы соискателя и работодателя