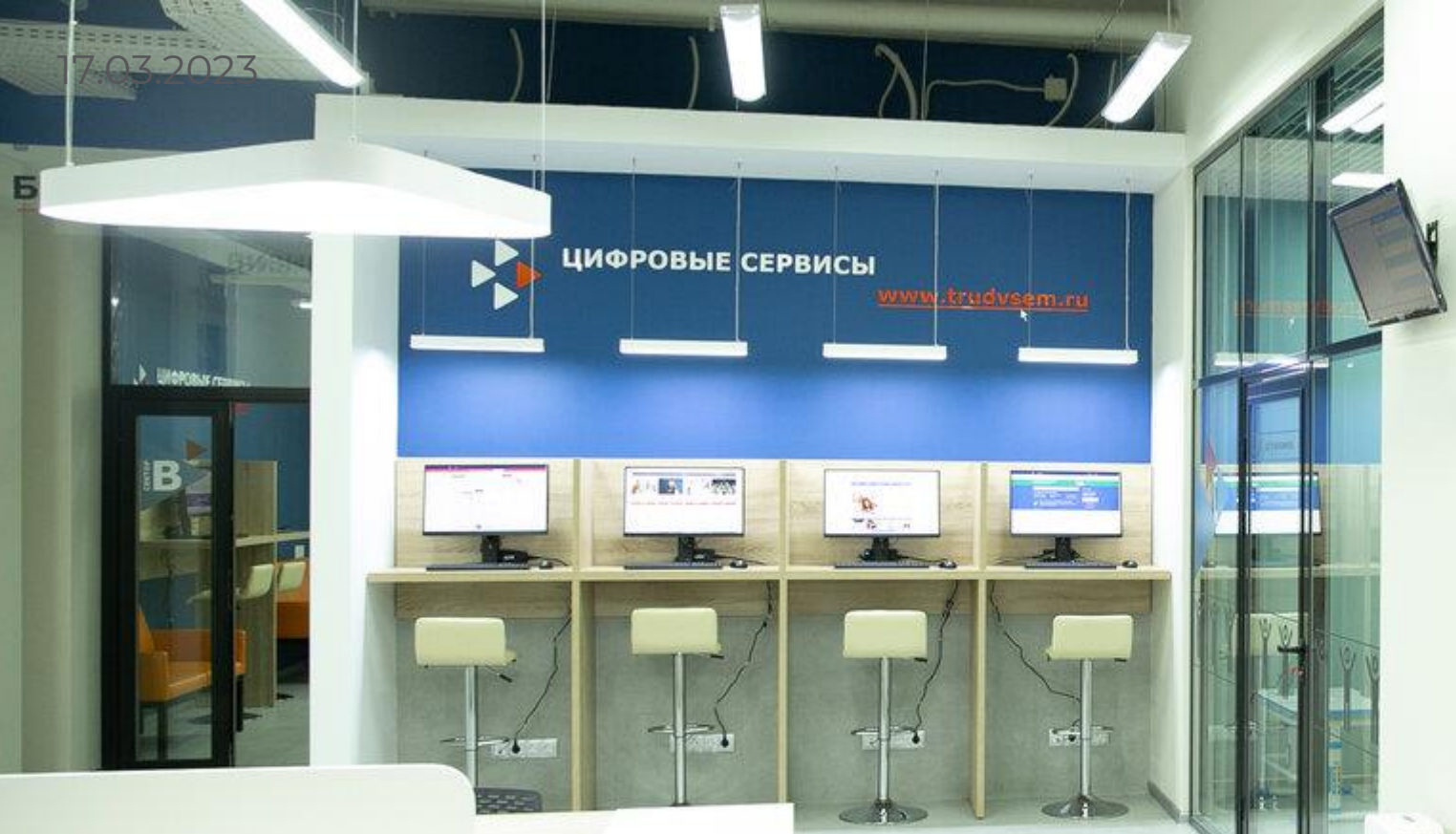


7.03.2023



# Информационная открытость как фактор повышения клиентоцентричности СЗН

Екатерина Меркулова,  
заместитель директора Федерального центра компетенций в сфере занятости Минтруда России

Санкт-Петербург



# Запрос на клиентоцентричность со стороны граждан

## МИССИЯ

- СЗН - больше, чем агентство по трудоустройству
- Благодаря своей деятельности мы меняем жизнь людей
- Специалисты СЗН - лоцманы на рынке труда

## Самые важные факторы клиентского опыта

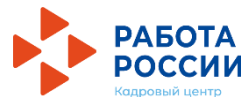
- дружелюбный сервис
- компетентная помощь
- скорость и удобство

## Система управления клиентским опытом -

комплекс мероприятий, направленных на организацию деятельности СЗН в соответствии с ожиданиями, потребностями граждан и работодателей



Федеральный проект  
«КЛИЕНТОЦЕНТРИЧНОСТЬ»/  
«Государство для людей»



«Декларация ценностей клиентоцентричности»  
(18 апреля 2022 года)

Стандарт «Государство для людей» (18 апреля 2022 года)

Стандарт «Государство для бизнеса» (18 апреля 2022 года)

Стандарт для внутреннего клиента  
(10 августа 2022)

# Информационная открытость – залог обеспечения клиентоцентричности



## Помочь разобраться в мире информации



- НАЙТИ нужную информацию
- Разобраться, чтобы СДЕЛАТЬ ВЫБОР



### ИНФОРМИРОВАНИЕ

соискателей и работодателей

- снижение неопределенности в современном мире
- чувство контроля и предсказуемости

СЗН

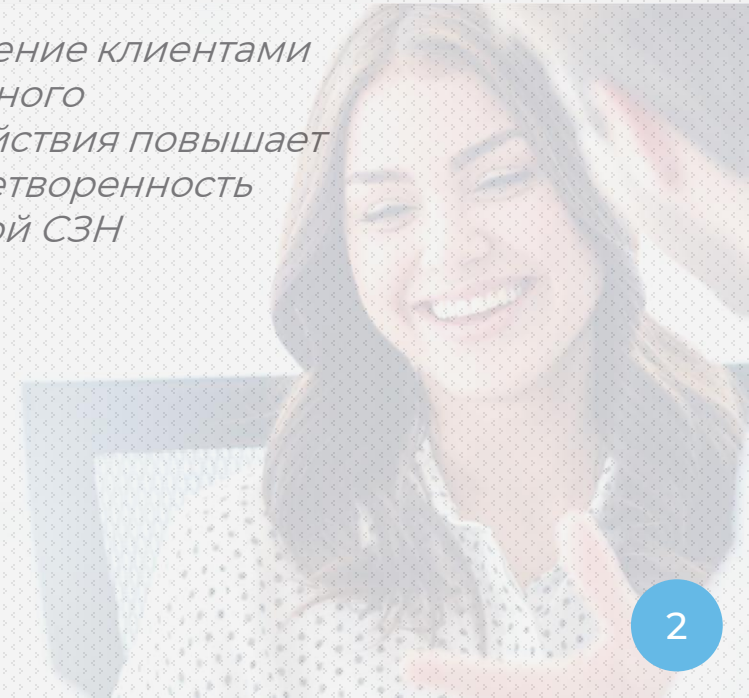
- снижение общей нагрузки
- укрепление лояльности и репутации
- возможность привлечь дополнительные ресурсы для развития



Индекс клиентоцентричности ЦЗН

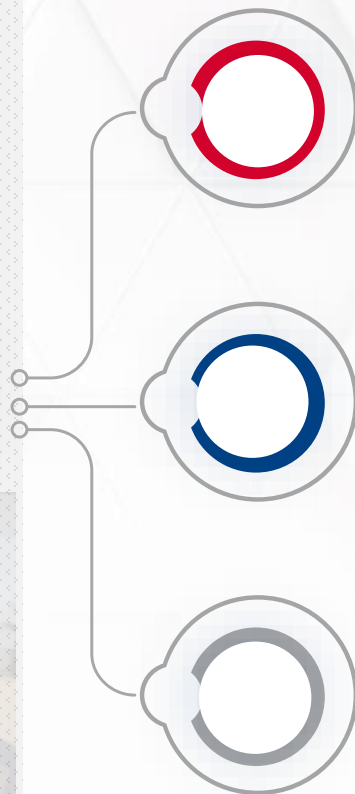
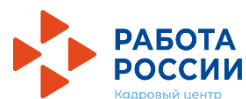
*Удовлетворенность качеством предоставления информации о рынке труда и о работе СЗН - 38% (декабрь 2021 г.)*

- Когда людям понятно, что делается, то они становятся более лояльными
- Ощущение клиентами душевного спокойствия повышает удовлетворенность работой СЗН





# Ожидания от контента СЗН



## «Здесь полезно!»

- Самую важную, актуальную и точную информацию предоставляет СЗН
- СЗН – уникальный игрок на рынке труда: использовать ее возможности

## «Здесь интересно!»

- Привлекать, вовлекать и создавать привязанности (сторителлинг, эмоциональная составляющая)
- Эмоция - в основе всех решений. Мы имеем дело не с фактами, а с имиджами фактов

## Ограниченный ассортимент

- Не предлагать слишком большой выбор вариантов услуг / сервисов и т.п. («парадокс выбора»: люди хотят иметь выбор, но им трудно делать выбор)

## Устойчивость сообщений

- Обеспечение стабильности и предсказуемости в деловых вопросах

## «Легкое подталкивание»

- Люди хотят быть ведомыми, но чтобы им не навязывали
- Вариант «по умолчанию» – самый выгодный для клиентов
- Успешные примеры «из мира человека» (желательно те явления и события, с которыми человек уже сталкивался)

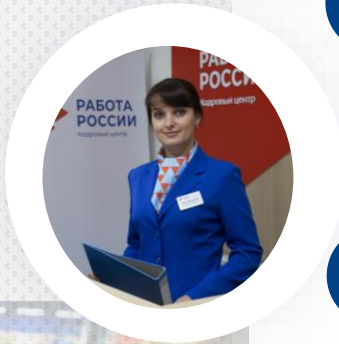
## Управление ожиданиями

- Проактивное информирование: рассказывать, что будет дальше (через анализ клиентского пути: гражданин часто не может четко сформулировать свою задачу и не знает, что его ждет дальше)
- Предупреждать о возможных ошибках и неверных решениях, показать последствия

## Персональный подход для клиентских групп

- Для каждой клиентской группы – свои ключевые сообщения
- Говорить о преимуществах, смыслах

# Ожидания от оформления контента для клиентов СЗН



## ПРИВЛЕЧЬ ВНИМАНИЕ

- Задача – выделиться в мире с информационной перегрузкой



## ФОРМИРОВАТЬ ДРУЖЕСТВЕННЫЙ КРУГ ИНФЛЮЕНСЕРОВ

- привлекать к информированию тех, кому доверяют



## УДОБСТВО

- Возможность найти информацию интуитивно и быстро (подход к стендам, рубрики / структурирование информации и т.п.)



## ПЕРСОНАЛЬНЫЙ ПОДХОД ДЛЯ КЛИЕНТСКИХ ГРУПП

- для каждой клиентской группы свое визуальное оформление и свой канал взаимодействия



## ЛАКОНИЧНОСТЬ И НАГЛЯДНОСТЬ

- Подавать информацию в сжатом виде, инфографика, крупный шрифт для самого важного и т.п.
- Сокращение усилий перевешивает преимущества выбора



## ПРОСТОТА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

- без паролей, запросов разрешения администраторов, дополнительных форм регистрации и т.п

## РАБОТА СО СЛОВОМ

убирать многозначные слова, составлять короткие предложения, использовать подзаголовки (без специальных слов и профессионального жаргона), действительный залог

# Факторы успешности информационной открытости



ЧАТЫ,  
АККАУНТЫ  
В СОЦСЕТЯХ



КОНТАКТ-  
ЦЕНТР



ОНЛАЙН-  
ОБЩЕНИЕ,  
САЙТ



ПЕЧАТНАЯ  
ПРОДУКЦИЯ



ЛИЧНЫЕ  
ВСТРЕЧИ



ПЕРЕПИСКА ПО  
ЭЛЕКТРОННОЙ  
ПОЧТЕ



**«НАКАЧИВАНИЕ»  
ИНФОРМАЦИЕЙ**



**ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОСТЬ  
И СИСТЕМНОСТЬ**



**ИНФОРМИРОВАНИЕ  
ВНУТРЕННЕГО КЛИЕНТА**



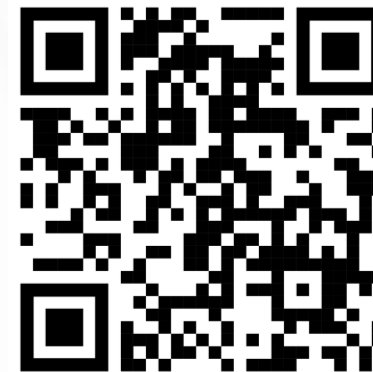
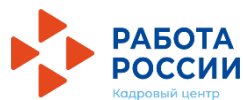
**СПОСОБНОСТЬ АДАПТИРОВАТЬСЯ В БЫСТРО МЕНЯЮЩЕМСЯ МИРЕ**

*Задача:  
граждане говорят о СЗН то, что  
СЗН говорит сама о себе*

# Формирование профессионального сообщества – экспертов в сфере дизайна клиентского опыта в СЗН

Федеральная база знаний

Телеграм-группа  
«Клиентоцентричность СЗН»  
- экспертная площадка



- Яна Николаевна Мизунова

[in\\_mizunova@vcot.info](mailto:in_mizunova@vcot.info)  
тел. +7 985 982-98-58