

ФИДЖИТАЛ-ГЕЙМИФИКАЦИЯ ВО ВНУТРЕННИХ КОРПОРАТИВНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ DIGITAL-АГЕНТСТВА «STARTA»

П. Н. Новокшонова*, М. А. Кржечковская

Сибирский государственный университет науки и технологий имени академика М. Ф. Решетнева

Статья посвящена специфике применения фиджитал-технологий на примере решения кейса по внутрикорпоративным коммуникациям digital-агентства «Starta» (г. Красноярск). Приведена аналитика эффективности работы внутреннего онлайн-маркетплейса для сотрудников.

Ключевые слова: внутренние коммуникации, геймификация, фиджитал-технологии, digital-агентство «Starta», маркетплейс, онлайн-платформа, виртуальная валюта, системы вознаграждения, HR-менеджмент.

FIGITAL GAMIFICATION IN INTERNAL CORPORATE COMMUNICATIONS OF DIGITAL AGENCY «STARTA»

P. N. Novokshonova*, M. A. Krzhechkovskaya

Reshetnev Siberian State University of Science and Technology

The article is devoted to the specifics of the use of digital technologies on the example of solving a case on intra-corporate communications of the digital agency «Starta» (Krasnoyarsk). An analysis of the effectiveness of the internal online marketplace for employees is given.

Keywords: internal corporate communications, gamification, digital technologies, digital agency, «Starta» digital agency, marketplace, online platform, virtual currency, reward systems, HR-management.

С появлением искусственного интеллекта (ИИ) наступила новая эпоха цифровизации. Сегодня технологии ИИ прочно вошли в повседневность не только крупных промышленных структур, но и массовой аудитории.

Развивающиеся цифровые технологии стали новой перспективой в работе PR-специалистов, рекламистов и маркетологов по всему миру. Получили широкое применение фиджитал-технологии – (phygital, от англ. physical + digital – ‘физический’ и ‘цифровой’), сочетающие цифровые и физические свойства, в том числе дополненной и виртуальной реальности. Фиджитал-технологии меняют представление о продуктах и обеспечивают потребителям новый опыт [1].

Для сферы малого, среднего и крупного бизнеса технологии виртуальной реальности, нейросетей, голосовых помощников, онлайн-платформ стали инструментами продвижения на рынке услуг. Не стала исключением «Starta» – digital-агентство в г. Красноярске, которое специализируется на создании сайтов, контекстной рекламе, SEO- и SMM-продвижении в интернете.

«Starta», используя digital-инструменты, внедряет фиджитал-технологии не только в работу своих заказчиков, агентство использует их и в собственной внутренней корпоративной культуре.

Стоит отметить, что ключевой задачей внутренних корпоративных коммуникаций является развитие эффективного взаимодействия с внутренней аудиторией, создание и укрепление общей и частной корпоративной лояльности [2].

Как сообщает операционный директор digital-агентства STARTA А. В. Гирняк, в декабре 2021 года руководящим составом агентства «Starta» было проведено анкетирование сотрудников в целях улучшения рабочих процессов и повышения эффективности труда. В результате выявлено, что четверть опрошенных сотрудников нуждается в признании, а также ценит ощущение собственной пользы выше, чем деньги. Таким образом, выявлена внутрикорпоративная проблема – дефицит нематериальной мотивации сотрудников, и в последствии – их скоротечное выгорание и нежелание работать «на результат».

Креативным решением кейса стала разработка системы индивидуальных вознаграждений за «полезные действия» для агентства. В связи с тем, что средний возраст сотрудников компании, по последним данным, составил 24,5 года, выявлена целевая аудитория – молодые специалисты, в работе с которыми демократичность общения со стороны руководителей повышает вероятность лояльной реакции на нововведения [3].

Как наиболее эффективный вариант системы повышения мотивации выбрана разработка внутреннего онлайн-маркетплейса, где за определенные действия сотрудники зарабатывают виртуальную валюту и обменивают ее на материальные призы и поощрения. Таким образом, с учетом специфики целевой аудитории в разработку стратегии была внедрена технология геймификации.

В агентстве разработана поощрительно-штрафная система в целях сохранения устойчивости рабочих процессов и дополнительной мотивации сотрудников к добросовестному труду. В число заданий для сотрудников, за которые предоставляются поощрения, входят следующие: проведение мастер-класса для стажеров, разработка сценария для корпоратива, подготовка статьи в «Базу знаний» (внутренний сервис, в котором хранятся чек-листы для сотрудников, внутренние документы, регламенты, материалы для аттестации).

Одной из ключевых идей маркетплейса стала реализация физических вознаграждений, повышающих мотивацию сотрудников. «Покупки» разделены на 4 вида:

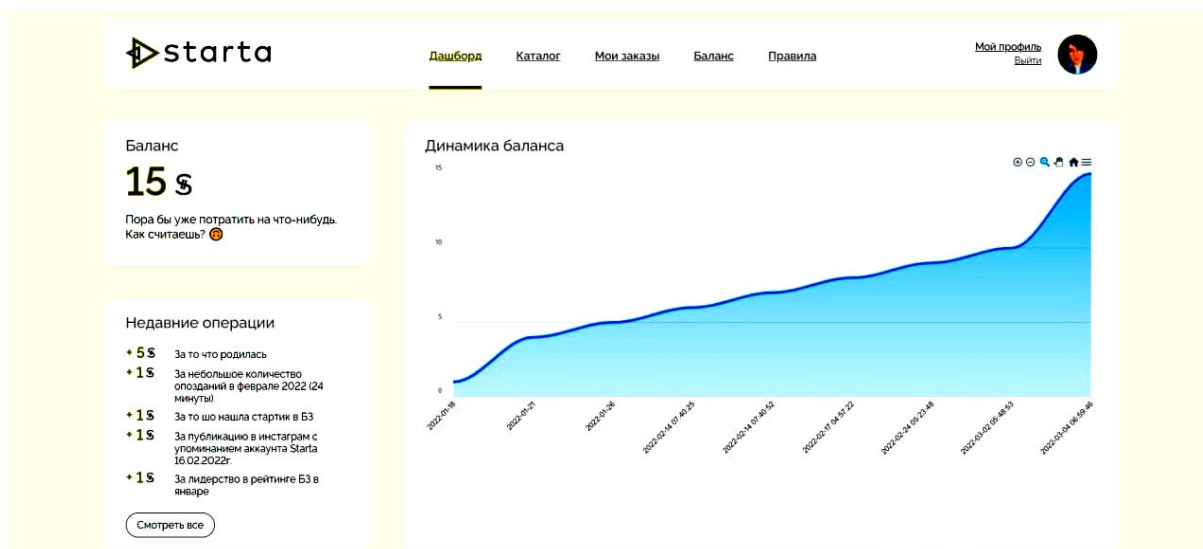
- социальные (компенсация обеда, транспорта, медицинских услуг в пределах определенной суммы);
- материальные (одежда с фирменным логотипом компании: чехлы для телефонов, толстовки, тапочки и пр.);
- морально-мотивирующие (дополнительный выходной, сокращённый рабочий день на определённый период времени);
- случайные награды (покупка вознаграждения, выбранного генератором случайных призов).

По завершении разработки онлайн-платформы идея была анонсирована сотрудникам.

По истечении 3 месяцев работы маркетплейса произведен повторный опрос сотрудников по вопросу их мотивации к работе и психологическому состоянию внутри коллектива. Было выявлено, что 25 % сотрудников впервые почувствовали признание и комфорт на рабочем месте. У 50 % сотрудников повысилось чувство причастности к коллективу. Кроме того, внедренная платформа позволила повлиять на дисциплину сотрудников. Часть из них стали меньше опаздывать, а те, кто оставался пунктуальным, – получили заслуженные поощрения.

Выбранная стратегия позволила объединить онлайн-магазин, виртуальную валюту и материальные поощрения, которые повысили фактическую работоспособность сотрудников. Таким образом, нельзя не отметить эффективность применения фиджитал-технологий не только по отношению к непосредственным клиентам бизнеса, но и в рамках улучшения внутрикорпоративных коммуникаций (см. рисунок).

Одним из косвенных признаков, указывающих на эффективность примененной в корпоративных коммуникациях агентства геймификации, стал динамичный рост показателей агентства во внешней среде. В рейтинге Н2РК коммуникационных агентств России по итогам работы в 2021 году «Starta» занимает почетное место в первой сотне [5].



Личный кабинет сотрудника «Starta» на внутреннем маркетплейсе [4]

Библиографические ссылки

1. Решетникова М. Мир фиджитал: как виртуальная и дополненная реальность меняют бизнес [Электронный ресурс] // Кроссплатформенный проект «РБК. Тренды». URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/6182488e9a7947289bef1279> (дата обращения: 09.03.2023).
2. Несмеева А. Что такое внутренние коммуникации? [Электронный ресурс] // Информационный портал «Inside PR». URL: <https://inside-pr.ru/archives/698> (дата обращения: 09.03.2023).
3. Гирняк А. Маркетплейс задач, «стартики» и менеджер-императрица. Как мы прокачали мотивацию сотрудников с помощью геймификации [Электронный ресурс] // Директор по персоналу. 2022. № 5. Май. URL: <https://e.hr-director.ru/966703> (дата обращения: 09.03.2023).
4. Маркетплейс Starta: интерактивная мотивация айтишников [Электронный ресурс] // Интернет-издание «VC.RU». URL: <https://vc.ru/life/379075-marketpleys-starta-interaktivnaya-motivaciya-aytishnikov> (дата обращения: 09.03.2023).
5. Национальный рейтинг коммуникационных компаний (НР2К) [Электронный ресурс] // Официальный сайт Ассоциации компаний-консультантов в области связей с общественностью (АКОС). URL: <https://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2022/07/NR2K-2022.pdf> (дата обращения: 09.03.2023).

References

1. Cross-platform project RBC. Trends [Electronic resource] // RBC. Trends. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/industry/6182488e9a7947289bef1279> (Accessed: 09.03.2023).
2. Information portal «Inside PR» [Electronic resource] // Inside PR. URL: <https://inside-pr.ru/archives/698> (Accessed: 09.03.2023).
3. Electronic journal «HR Director» [Electronic resource] // HR Director, May 2022. URL: <https://e.hr-director.ru/966703> (Accessed: 09.03.2023).
4. Internet edition «VC.RU» [Electronic resource] // VC.RU. URL: <https://vc.ru/life/379075-marketpleys-starta-interaktivnaya-motivaciya-aytishnikov> (Accessed: 09.03.2023).
5. Association of Consulting Companies in the Field of Public Relations (AKOS) [Electronic resource]. URL: <https://www.akospr.ru/wp-content/uploads/2022/07/NR2K-2022.pdf> (date of access: 09.03.2023).