

**Организация: Банк ВТБ (ПАО)**

**Номинация: Креатив года**

**Название проекта: Геймификация для сотрудников контактного центра Банка ВТБ «Башня пяти стихий»**

### **Описание проекта**

В контактном центре Банка ВТБ уделяется большое внимание мотивации персонала, в том числе с применением геймификации. Благодаря реализации геймификации мы делаем работу наших сотрудников ярче и привлекательнее, а ежедневное выполнение показателей приобретает соревновательный характер и открывает широкие возможности их реализации в игровом пространстве. Уже несколько лет наши операторы принимают участие в различных активностях. При этом мы постоянно пересматриваем и обновляем действующую систему геймификации в зависимости от меняющихся внешних или внутренних условий, учитывая стратегию бизнеса и мнение сотрудников.

Новым витком развития геймификации в контактном центре стала **виртуальная игра «Башня пяти стихий»**.

Главная задача проекта - мотивация сотрудников контактного центра на удержание целевых показателей и качества сервиса на высоком уровне даже в самые сложные времена. Нам, как авторам проекта, необходимо было создать простое и интуитивно понятное игровое пространство с прозрачной логикой и привлекательным дизайном.

Пилотный запуск игры пришелся на непростой период – май 2022 года, время санкций и серьезных ограничений, которые коснулись нас в числе первых. Игра запускалась в рекордно короткие сроки – от разработки до внедрения в контур банка прошло всего 3 месяца. Оперативность запуска игры позволила поддержать качество и скорость обслуживания клиентов банка на высоком уровне в сложный период.

В мае у каждого игрока (420 человек) появился на компьютере новый ярлык, который вел сотрудников в заколдованный мир, где им предстояло пройти сквозь туманность, победить драконов и покорить Башню 5 стихий.

**Процесс.** Каждому путнику предстояло преодолеть 27 этажей башни. Чтобы перейти с одного этажа на другой, нужно было открыть заколдованные двери специальными ключами, которые участники получали за выполнение ключевых показателей.

За дверями спрятаны волшебные сундуки с сокровищами: рунами, ключами, амулетами и монетами (внутренней виртуальной валютой КЦ). Искатели приключений в закрытых комнатах должны найти книги 5 стихий (огонь, вода, воздух, земля и грозовые молнии), только обладатель всех книг сможет покорить башню. На вершине башни победителя ждет главная сокровищница.

В начале игры сотрудник мог выбрать себе персонажа и девиз, который соответствовал бы его индивидуальности. Описание каждого персонажа отражало характеристики оператора контакт-центра, делая игру еще более интересной и привлекательной.

**Правила.** Чтобы открыть все двери башни, нужно было ежедневно выполнять ключевые показатели эффективности на 100% и более. Чем лучше выполнение KPI, тем больше ключей в день можно получить. Дополнительные ключи можно найти в сундуках, либо выменять 5 рун на ключ. В особо сложные периоды нагрузки на линию производилось двойное и тройное начисление ключей.

Основными показателями в игре стали продуктивность сотрудников (АНТ), удовлетворенность клиентов (CSI) и продажа услуг и продуктов банка. Все игроки имели доступ к таблице рекордов, где ежедневно обновлялись данные по показателям и расчету ключей.

Для справедливой логики определения результатов сотрудники соревновались отдельно в рамках своего функционала. У каждого из направлений был свой лидербод. Победителями игры стали по одному сотруднику от каждого направления, которые добрались до вершины первыми. Им и открылась сокровищница с огромным количеством брендированных подарков.

**Коммуникации.** Для вовлеченности и поддержания динамики игроки получали яркие стилизованные уведомления о ключевых событиях – начислении ключей, обновлении рейтинга. Это позволяло привлечь внимание к игре и стимулировало на выполнение KPI.

Для вовлечения сотрудников в игру в период ее старта мы запустили флешмоб «Я в игре», где сотрудники делились своими селфи на фоне монитора с игрой и своими результатами в ней.

«Башня 5 стихий» позволила связать игровую виртуальную реальность с ежедневными показателями эффективности работы. Это полноценная компьютерная игра, которая позволяет сотрудникам, находясь на рабочем месте, погрузиться в красочный виртуальный мир.

В игре нам удалось реализовать множество преимуществ:

- Трансформация выполнения показателей в виртуальном пространстве – создание игрового мира с визуализацией, движением, развитием облегчает путь к достижению рабочих целей, превращая его в увлекательный квест.
- Персонажи и девиз – ежедневная возможность выбора позволяет сотруднику самовыражаться и поднимать настроение.
- Высокая технологичность игрового процесса – сюжет, приятная визуализация, интересные персонажи, динамика и периодические обновления не давали превратить игру в рутину и повышали привлекательность игры для сотрудника.
  - Ежедневное начисление ключей - позволяло игрокам понимать результат своей ежедневной работы и оперативно реагировать на их изменение, а также поддерживало интерес к игре и давало стимул совершать больше целевых действий, чтобы выбиться в лидеры.
  - Использование описаний и формулировок, связывающих игровое пространство и рабочий процесс – для большего погружения в игру и повышения интереса.

Эффективность данного проекта мы оценивали по двум основным критериям:

1. **Оценка бизнес результатов** - мы провели анализ выполнения ключевых показателей эффективности нашими игроками в сравнении с контрольной группой:
  - **Продуктивность сотрудников (АНТ).** Динамика показателя АНТ у участников игры на 1,5% выше.
  - **Показатель удовлетворенность клиентов (CSI).** Динамика у покорителей башни выше на 3,7%.
  - **Продажа услуг и продуктов банка.** За период игры участники продемонстрировали рост данного показателя на 9,2%.

Победители игры показали наилучший результат среди своих коллег. Лидер в голосовом канале обслуживания клиентов существенно перевыполнила ЦЗ по оцениваемым показателям. Процент выполнения составил: АНТ - 117%, CSI - 137%, продажа - 124%.

Лидер от направления ЧАТ продемонстрировал выполнение: АНТ - 104,3%, CSI - 135%, продажа - 161%.

2. **Вовлеченность сотрудников** - мы провели опрос, который позволил оценить его эффективность со стороны игроков:

- 76 % опрошенных игра мотивировала на достижение и улучшение показателей;
- 64 % оценили на «отлично» динамику и логику игры;
- 96 % игроков отметили сюжет как захватывающий и затягивающий;
- 100% сотрудников оценили интуитивно простотой и понятный интерфейс.

По мнению участников, **главными мотиваторами** для них стали:

- классные призы;
- возможность получения дополнительной внутренней валюты (ВТБшки);
- соперничество в игровой форме;
- интересный сюжет;
- яркий дизайн игры (красивые аватары, четкая графика)

Высокая оценка игры ее участниками и перевыполнение всех KPI, установленных в игре, наглядно демонстрирует ее эффективность, положительное влияние на вовлеченность сотрудников, на повышение лояльности и удовлетворенности клиентов. Все это говорит о перспективе успешности проекта при его запуске на операторов всех направлений.

**Развитие.** «Башня пяти стихий» - это пилотный проект, который был запущен в сложное время и показал свою эффективность. Другие подразделения банка заинтересовались нашим опытом и на данный момент работают над реализацией игры у себя. Внедрение в другие подразделения стали возможны благодаря тому, что игра гибкая, ее можно подстроить под нужные критерии и «зашить» свои KPI.

Для нашего контактного центра это плавный переход на новую масштабную систему геймификации, где игра будет интегрирована в кабинет личной эффективности и объединит в себе абсолютно все возможные опции: показатели эффективности, виртуальную валюту, бейджи, персонажи, девизы, обновляющийся сюжет, лидерборды, баттлы по показателям и прочее.