

Наджинг в опросах вовлеченности

Сегодня наджинг стал одним из трендов в управлении персоналом. Некоторые этот подход критикуют, называя его манипуляцией. Сторонники же защищают, мотивируя свою позицию тем, что наджинг - это во благо и в интересах самого человека. То есть манипуляция, но... как бы хорошая :)

А зачем компании этим заниматься?

А затем, что благополучные сотрудники - это успешная компания. Вот примерно так.

Но, причем здесь опросы вовлеченности?

Начнем с того, что опрос персонала - это уже событие в жизни компании. Даже если он проводится не в первый раз. Сам факт запланированного опроса несет в себе информацию для сотрудников: «нас хотят услышать», «гмм, что-то будет», «что бы это значило?..», «кого-то будут увольнять» и т.д. Те, кто имеет опыт опросов, знают, что настрой зависит от подготовки сотрудников к этому мероприятию. Поэтому стараемся уделить данному этапу достаточно внимания.

Но не менее важным моментом является то, как будут сформулированы утверждения опросника. И не только с точки зрения правильности понимания их респондентом. Некоторые часто встречающиеся вопросы мы считаем вредными для компании. Включая их в анкету, вы, сами того не желая, подталкиваете ваших сотрудников в невыгодную для компании сторону. Например, на выход из нее. Вы когда-нибудь задумывались над тем, какой побочный эффект может иметь такой распространенный вопрос анкеты как: "Моя зарплата не ниже, чем у основных конкурентов компании"? Если сотрудник ранее не придавал этому большого значения, то, получив такой вопрос, он обязательно задумается. Вначале - для ответа на вопрос анкеты, а потом уже - для себя самого. И вполне вероятно, это подтолкнет его изучить альтернативные предложения конкурентов, ну а если там замаячит что-то интересное....

И это всего лишь один из примеров такого рода вредных вопросов.

Чаще всего нам удастся убедить наших клиентов не включать подобные дополнительные вопросы в анкету. Однако, элементы подталкивания в опросах, наоборот, могут сыграть и на руку компании. Вот такие вещи мы и называем хорошим наджингом в опросах вовлеченности. Специально сформулированные вопросы анкеты могут подталкивать сотрудников, к примеру, познакомиться с целью и стратегией компании, задуматься о своем обучении и дальнейшем профессиональном развитии, заняться укреплением своего здоровья, укрепить заинтересованность оставаться в компании и др.

Если вам будет интересно узнать об этом подробнее, обращайтесь - расскажем, покажем :)

Автор: Эльвира Губайдуллина, simonitor.com

