

ПРЯНИКИ

геймифицированная платформа
для роста бизнеса

Портфолио кейсов



Краткосрочные игровые миры

«Спортмастер» «Цивилизация: построй свое государство»



Россия, 2021 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

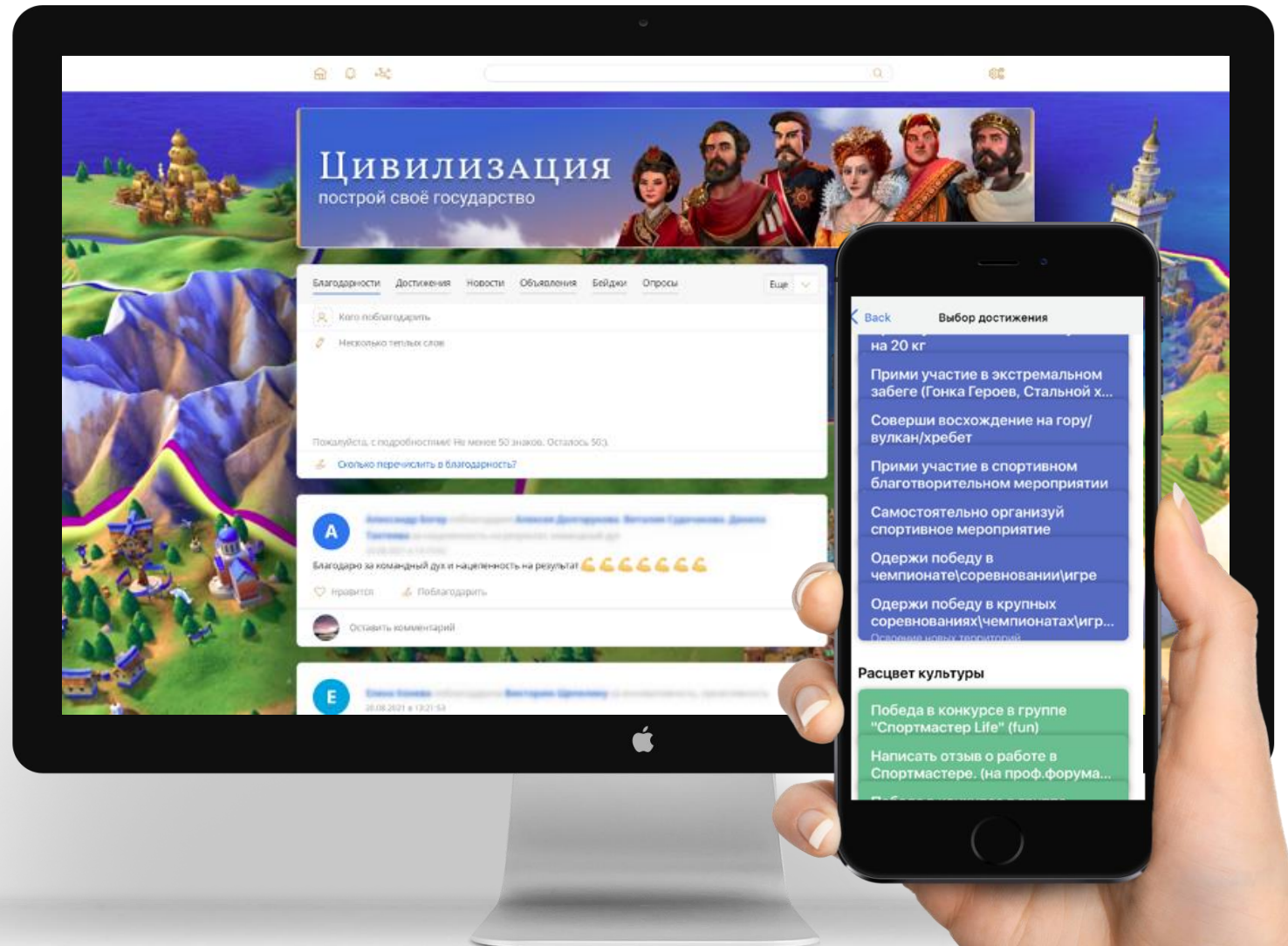
Задача:

- Объединить в согласованную мотивационную программу многочисленные конкурсы для сотрудников
- Управлять фокусом внимания сотрудников в достижении целей
- Прокачать результаты сотрудников по 5-ти ключевым направлениям: KPI, OMNI, клиентский сервис, лидерство, культура

Решение: годовой соревновательный проект с перспективой пролонгирования (с обновлением «мира», мобильное приложение)

Аудитория: 15 000 сотрудников розницы

Результаты: кейс собран, спустя 4 месяца после старта и собирать урожай пока рано, но некоторые показатели уже **выросли x10 по сравнению с доигровым периодом.**



АО «Согаз»

«Медовый фестиваль»

Россия, 2020 год. [Интервью](#)

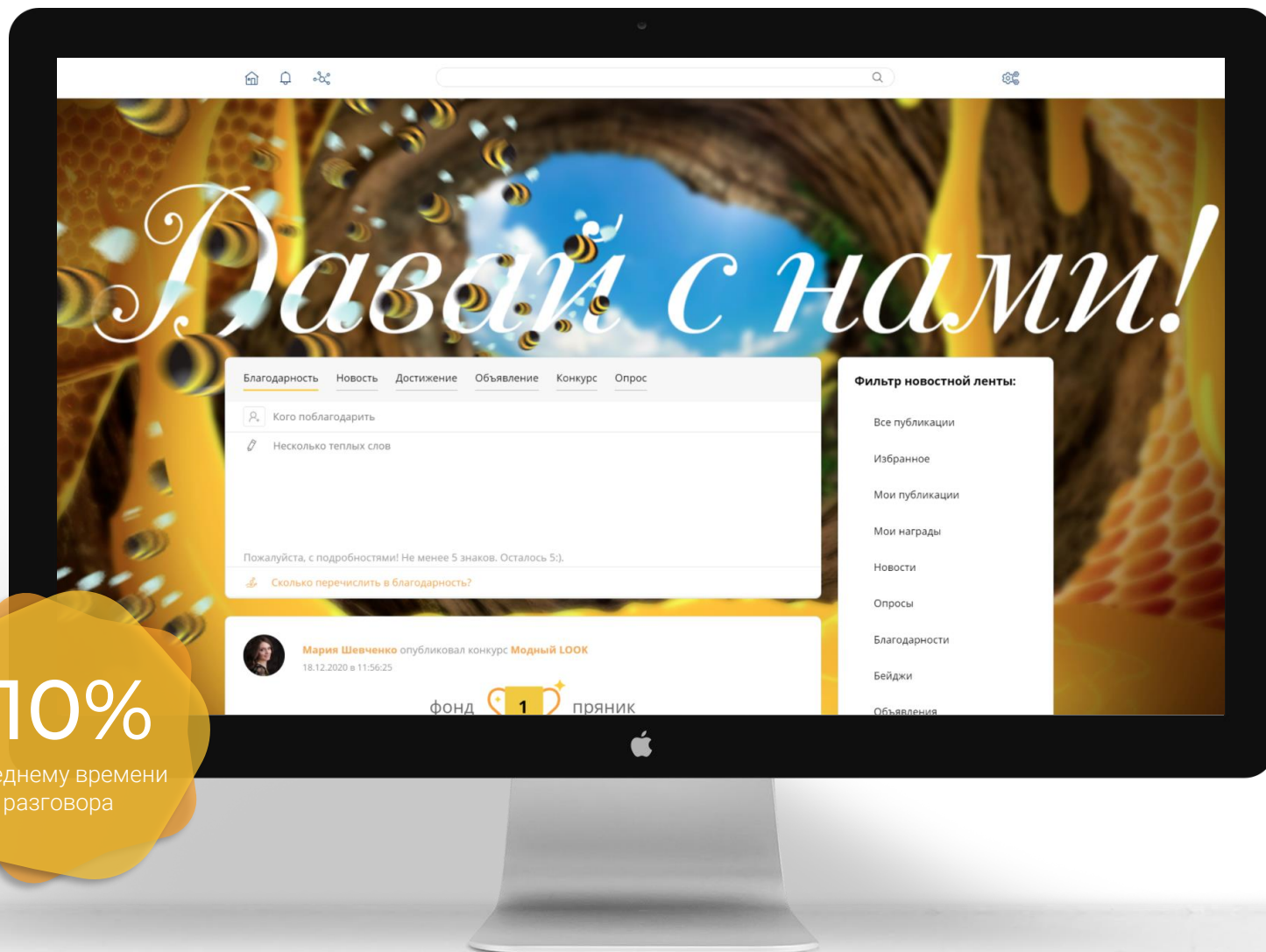
Задача: улучшить показатели KPI и командное взаимодействие в контакт-центре

Решение: геймифицированный соревновательный проект в метафоре трудолюбивого «улья»

Аудитория: медицинский контакт-центр, 270 человек

Результаты:

- Среднее время разговора сократилось на 10%
- 92% сотрудников готовы рекомендовать участие в проекте коллегам



-10%

к среднему времени
разговора

Банк «Хоум Кредит» «Sales Force»

HOME
CREDIT
BANK

Казахстан, 2015-16 гг. [Интервью](#)

Задача:

- «упаковать» ежегодную мотивационную программу «Высокого» сезона.
- вовлечь максимальное количество участников в активные продажи.
- поднять эмоциональный тонус фронт-офиса.

Условия реализации:

- 3 недели на подготовку
- Валютный кризис в стране

Решение: полноценная игра с яркой игровой метафорой – космическая битва за новый дом, завоевания пространства для развития, 10 недель

Аудитория: банковская розница, 2500 человек

Результат: **+5% к продажам** при сокращении клиентского потока в розничных точках примерно в 2 раза.



ПАО «Ростелеком» «Страна мастеров»



Россия, 2019 год. [Интервью](#)

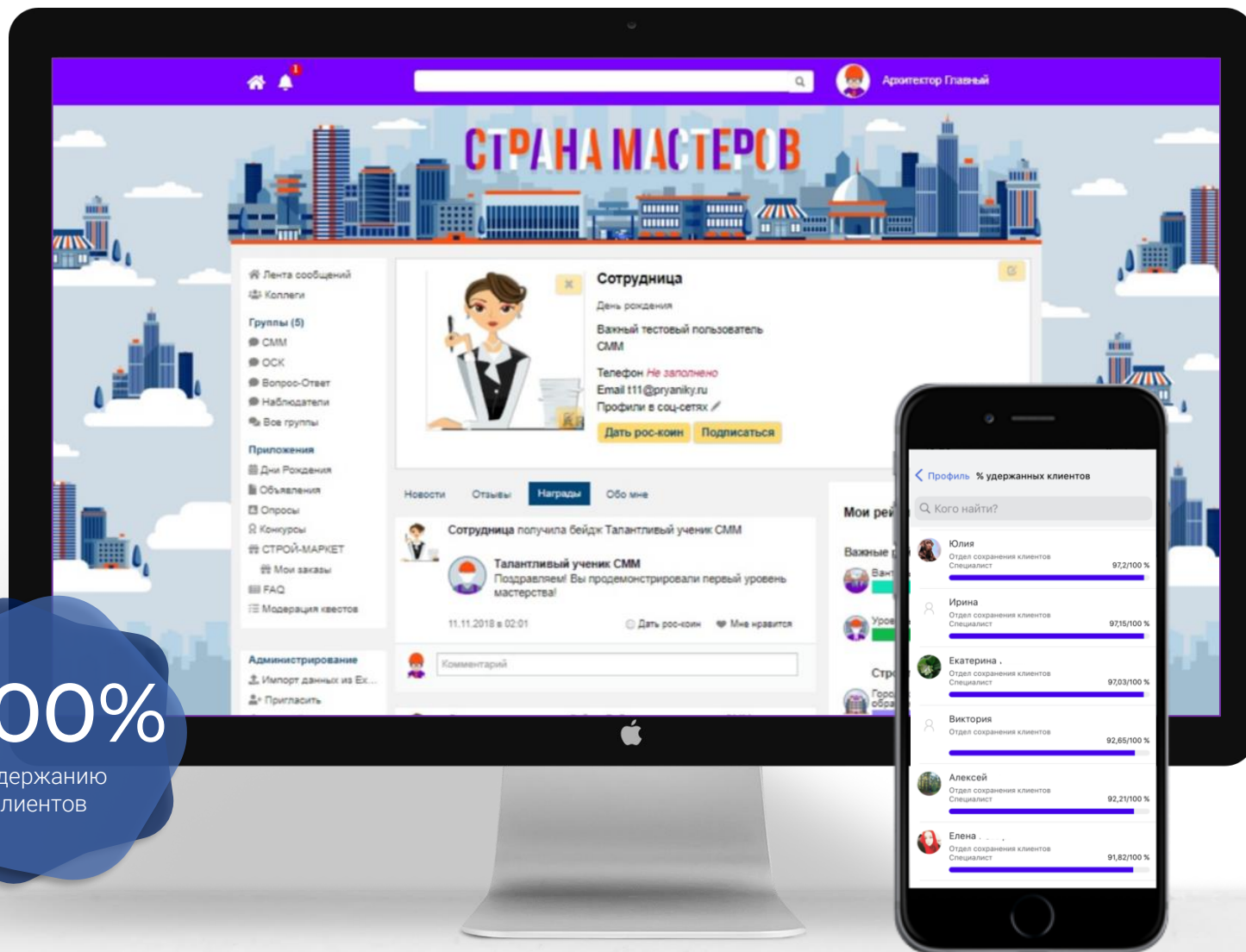
Задача: работа с показателями вовлеченности, текучести и эффективности при помощи механик геймификации.

Решение: геймифицированная корпоративная социальная сеть. 3 месяца в метафоре «Страны мастеров», 9 месяцев – в нейтральном корпоративном стиле

Аудитория: контакт-центр, МРФ Северо-Запад, 100 человек: отдел удержания клиентов и SMM-отдел

Результаты:

- **+18% к показателю удержания клиентов** в отделе удержания клиентов
- **+100% к показателю удержания клиентов** в SMM-отделе
- **+100% к скорости обработки запросов** в SMM-отделе + **рост качества обработки запросов с 93 до 96 баллов**



+100%
к удержанию
клиентов

Банк «Дельтакредит» «Игра престолов»



Россия, 2015-16 гг. [Интервью](#)

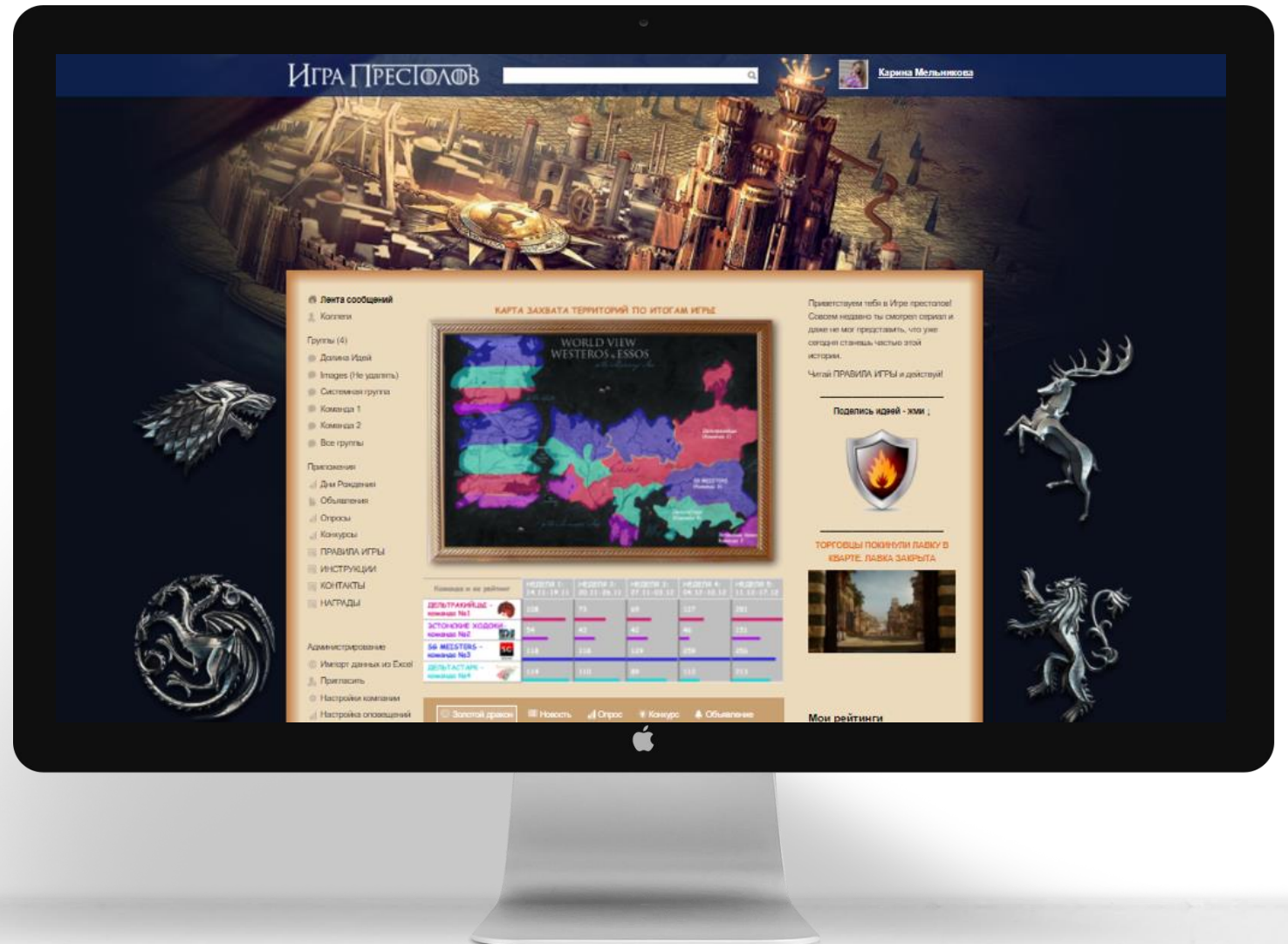
Задача: сохранить эффективность бэк-офиса в период высокого предновогоднего сезона

Решение: корпоративная социальная сеть с геймификацией вокруг идей и взаимного признания

Аудитория: бэк-офис банка, 60 человек

Результаты:

- Прохождение высокого сезона без потерь персонала и без доплат за овертайм
- Выполнение задач без срыва дедлайнов



«Coca-Cola İçesek» «Великая орда»



Казахстан, 2016 гг. [Интервью](#)

Задача: удержание торговой команды и продаж в условиях вывода команды за штат

Решение: 6-месячный игровой проект, построенный вокруг обучения и прокачки KPI по продажам

Аудитория: торговый персонал, 600 человек

Результаты:

- **Минимальная текучесть** в условиях вывода команды за штат (по сравнению с другими макрорегионами в тех же условиях)
- **+20% к продажам**
- **Популяризация внутренней школы тренеров**



Фонд поддержки предпринимательства «Даму» «Золото Эльдорадо»



Казахстан, 2015 г. [Интервью](#)

Задача:

- выполнение удвоенного годового плана
- оптимизация бизнес-процессов
- укрепление команды и культуры

Решение: 8-месячный игровой проект, построенный вокруг выполнения KPI, но с многочисленным дополнительными задачами

Аудитория: 150 сотрудников, договаривающихся с банками о выдаче кредитов малому бизнесу

Результаты:

- **Перевыполнение удвоенного плана** по KPI
- **Улучшение результатов обучения**
- **Сокращение цикла сделок**
- **Укрепление культуры**

x2

к результатам
предыдущего года





Долгосрочные коммуникационные миры

Платежная система «Мир» (АО «НСПК») «Go с нами в Кругосветку!»



Россия, 2021 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

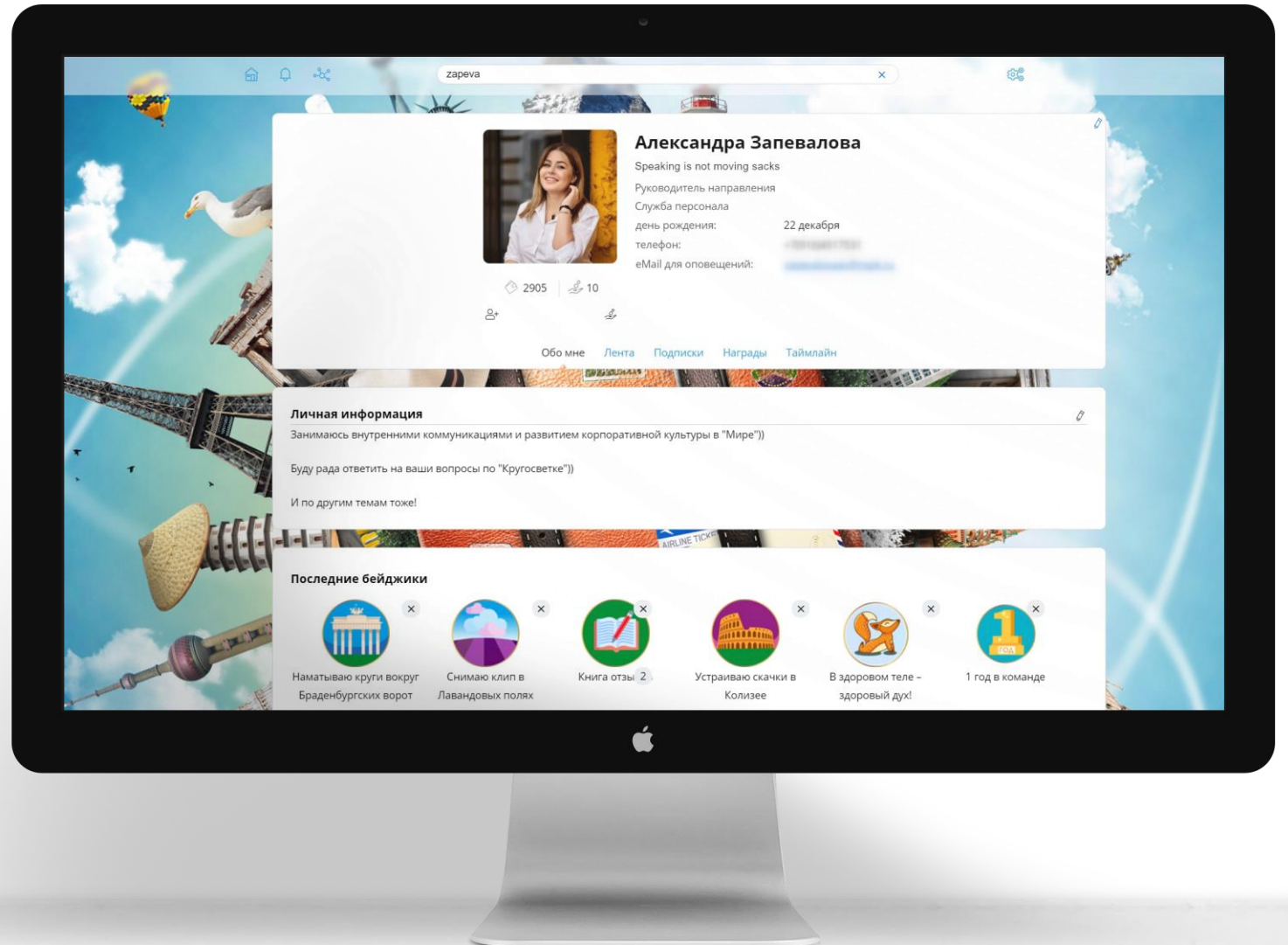
Задача:

- Объединить в согласованную мотивационную программу отдельные разношерстные акции
- Создать неформальное коммуникационное пространство

Решение: бессрочный несоревновательный проект на базе корпоративной соцсети с масштабной экономикой заслуг

Аудитория: 1200 сотрудников, IT

Результаты: систематизировали программы нематериальной мотивации и создали пространство для работы внутренних комьюнити.



«Гленмарк Фарма» «GlenSpace»



Россия, 2019 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

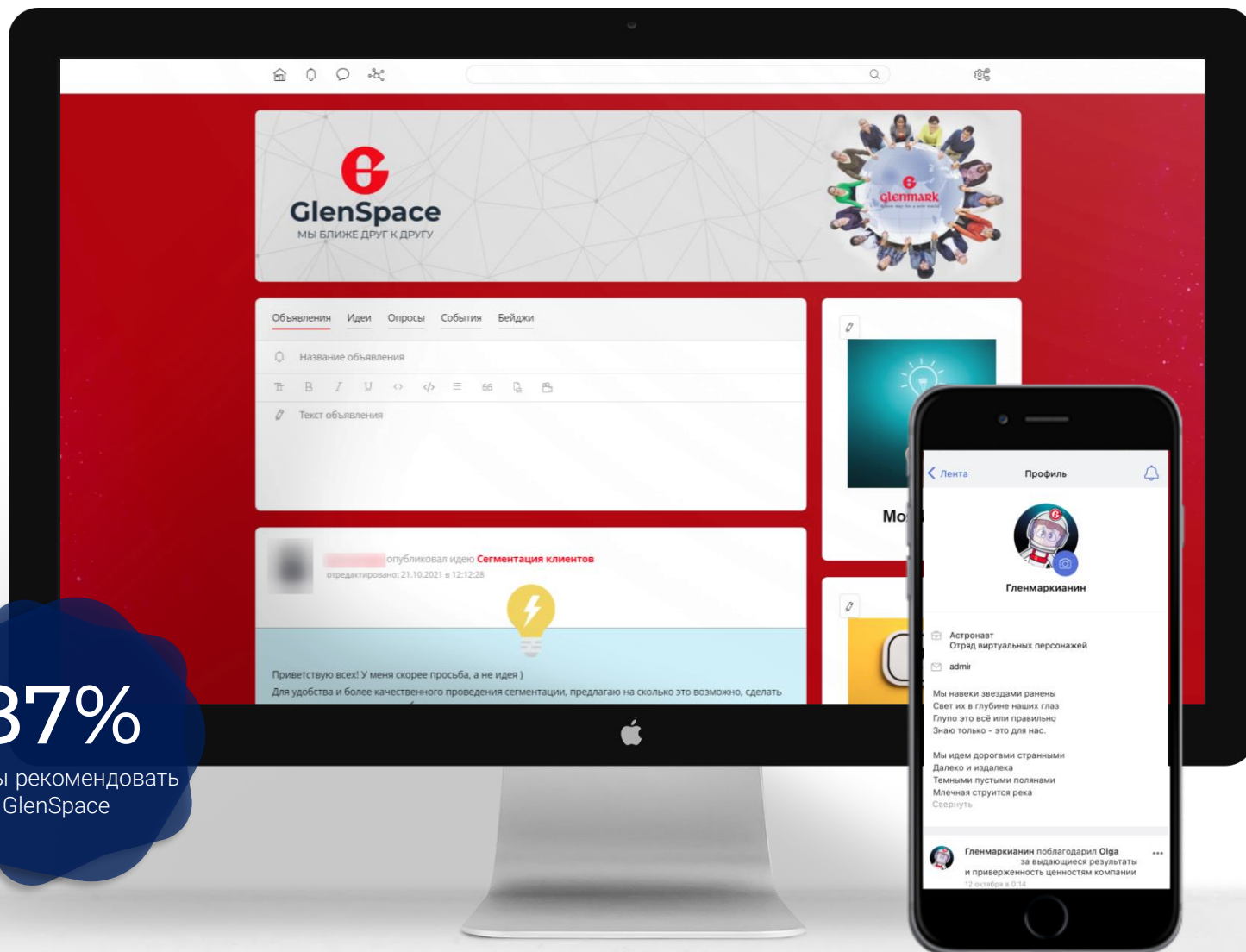
Задача:

- создать пространство для открытых коммуникаций сотрудников
- прокачать веллбин, помочь сотрудникам приобрести полезные привычки
- вовлечь сотрудников в непрерывные улучшения

Решение: долгосрочный коммуникационный проект, построенный на принципах экономики заслуг

Аудитория: вся компания, 300+ сотрудников

Результаты: 87% сотрудников готовы рекомендовать GlenSpace к использованию



87%
готовы рекомендовать
GlenSpace

ПАО «Алроса» «Alrosa.Force»



Россия, 2021 г. – по настоящее время.

[Интервью](#)

Задача:

- Повышение вовлеченности и мотивации молодых специалистов
- Выявление HiPo
- Снижение текучести среди молодых специалистов

Решение: бессрочный проект, где сотрудники могут делиться своими достижениями в разных рабочих и не очень сферах и расти в рейтингах, а руководители – привлекать из числа участников людей в кадровый резерв.

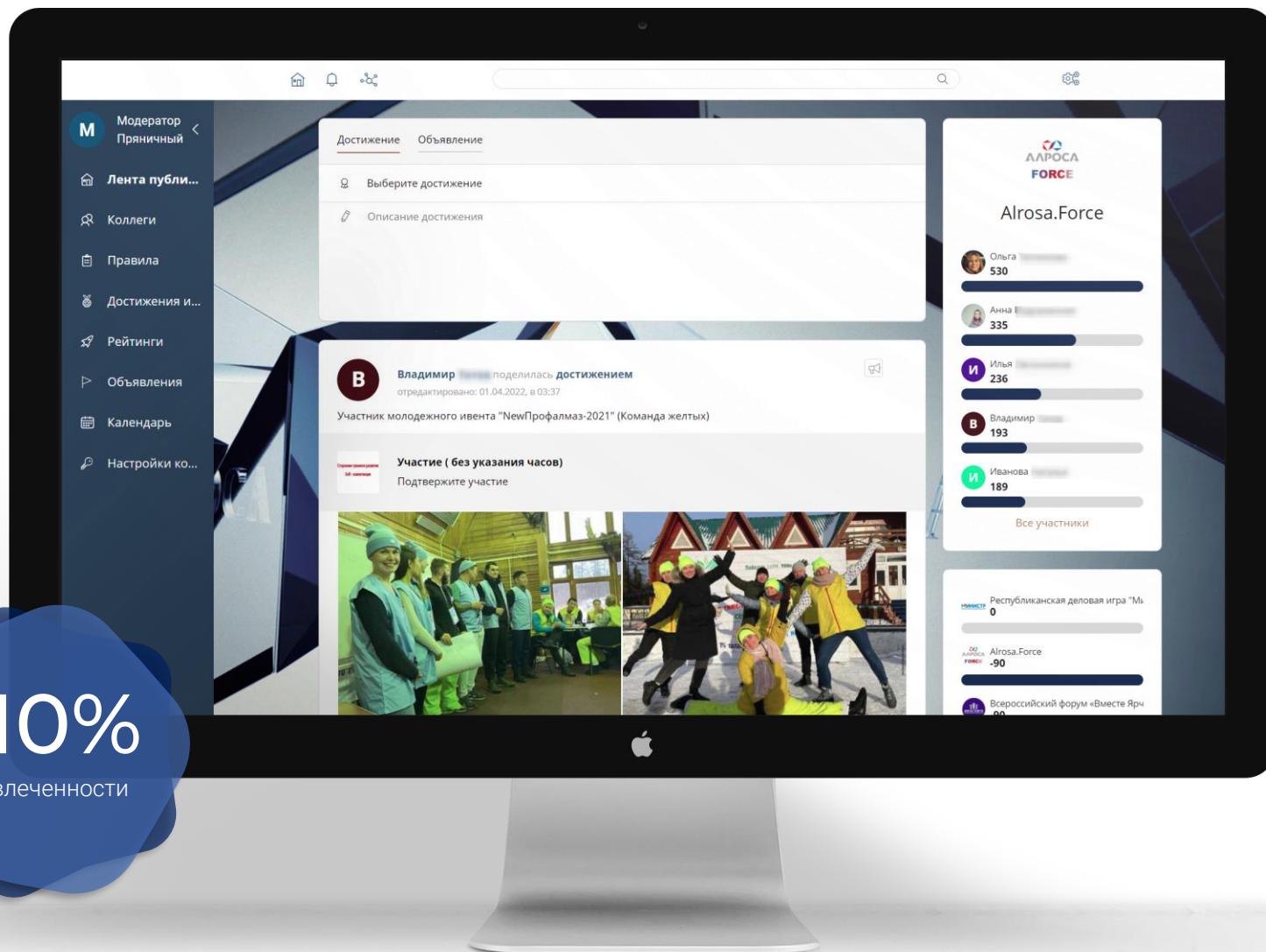
Аудитория: Молодые специалисты (до 35 лет), на момент формирования кейса 2000+ участников, аудитория растет

Результаты:

- **вовлеченность +10%**
- **27% динамика продвижения по карьерной лестнице**
- **3% снижение текучести**

+10%

к вовлеченности



«DHL Express»

«DHLWOOD»



Россия, 2018 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

Задача:

- сплотить сотрудников, работающих в разных группах и разных городах;
- сделать проявление благодарности более публичным и менее формальным, создать комфортную, поддерживающую коммуникационную среду

Решение: бессрочный коммуникационный проект, построенный на принципах признания и благодарности

Аудитория: департамент по обслуживанию клиентов

Результаты:

- удалось разрушить барьер, который мешал людям делиться друг с другом информацией.
- благодаря DHLWOOD, сотрудники компании лучше узнают и понимают друг друга, взаимно обогащаются культурой, знаниями и опытом.



«Газпромнефть- Ноябрьскнефтегазсвязь» «ННГС-Галактика»



НОЯБРЬСКНЕФТЕГАЗСВЯЗЬ

Россия, 2019 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

Задача:

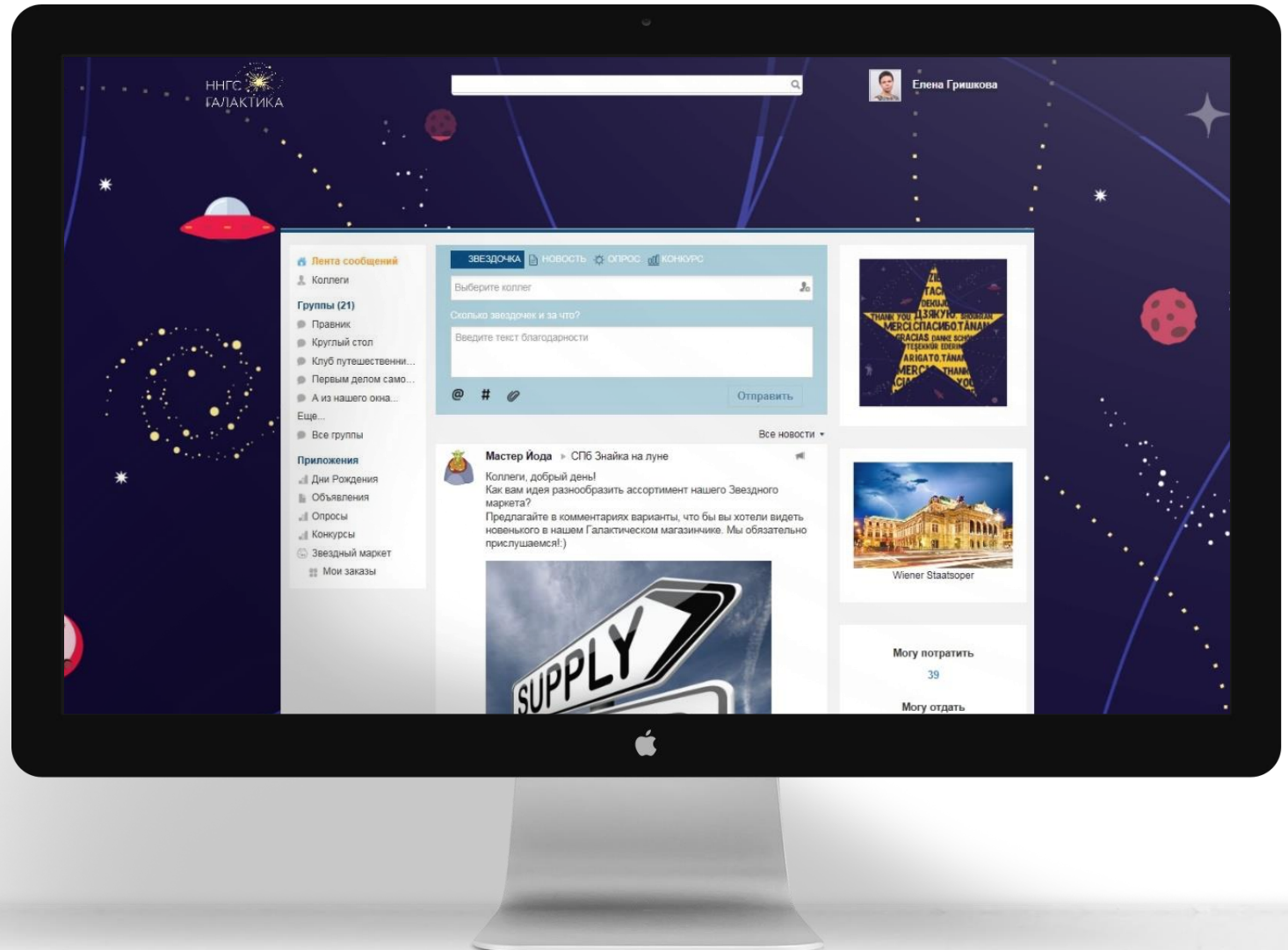
- Создать единую среду, социум для распределенных сотрудников, в которой бы все понимали, что они команда и что каждый член команды ценен и важен.
- Вовлечь сотрудников в предложение и реализацию полезных для бизнеса идей.

Решение: бессрочный коммуникационный проект, построенный на принципах признания и благодарности, с использованием Биржи идей

Аудитория: все сотрудники компании, 290 человек

Результаты:

- **Сотрудники компании начали общаться друг с другом, стали понимать, кто над чем работает, кто чем живет.**
- **Были выявлены активные сотрудники**, которые могут и хотят заниматься интересными проектами, быть проводниками изменений. Развиваются вертикальные коммуникации.



«Ticketland.ru»

«FUNтики»



Россия, 2015 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

Задача:

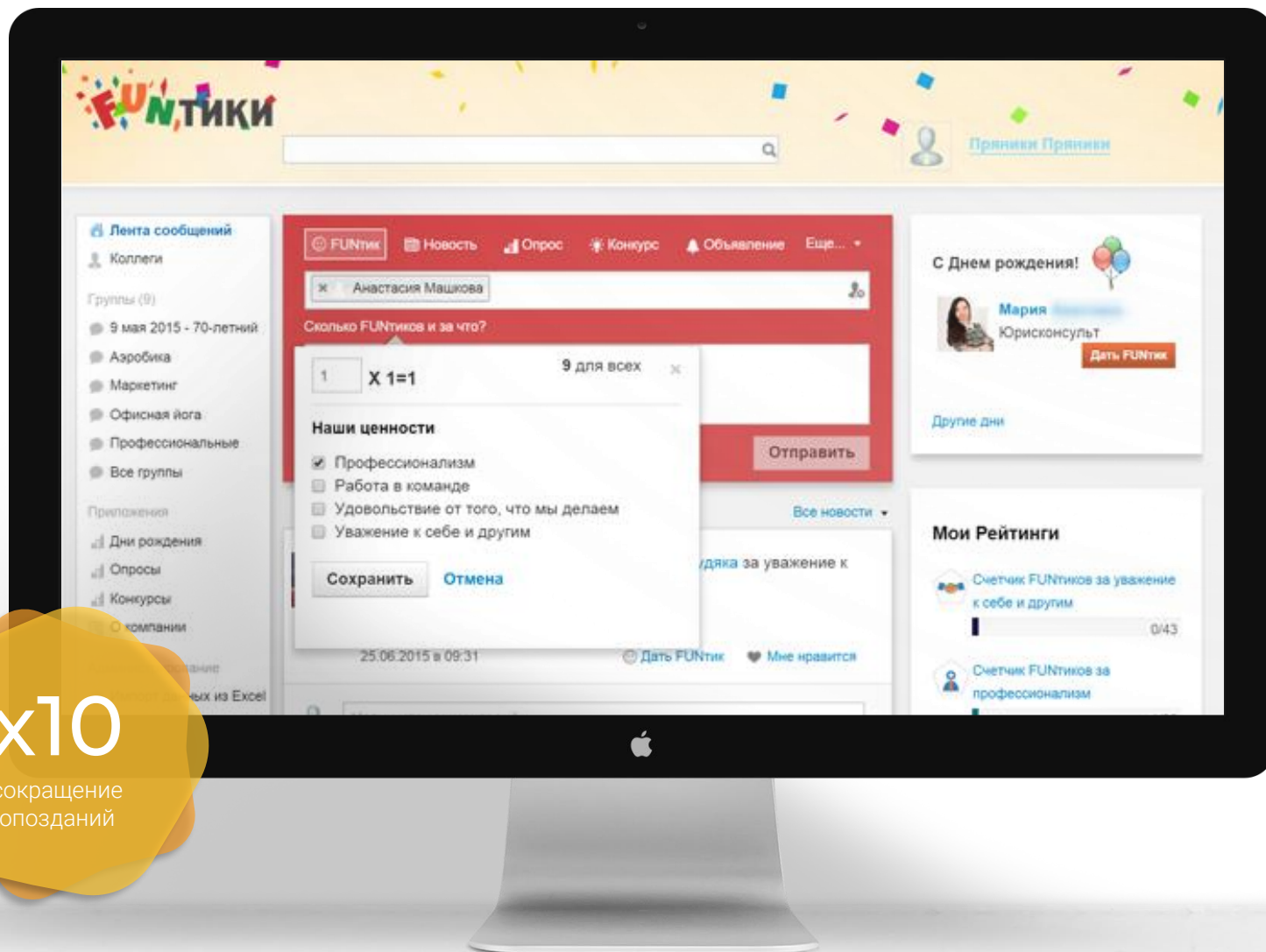
- Внедрить корпоративные ценности
- Улучшить дисциплину
- Повысить эффективность работы

Решение: бессрочный коммуникационный проект с легкой геймификацией

Аудитория: все сотрудники компании, 150 человек

Результаты:

- **Благодаря друг друга и получая друг от друга благодарности, сотрудники проживают ценности, глубоко пропускают их через себя и учатся им следовать**
- **Суммарное время опозданий снизилось за год в 10 раз**
- **Средняя оценка клиентского сервиса контакт-центра повысилась с 3,7 до 4,9 баллов**



x10

сокращение
опозданий

«Касса взаимопомощи»

«Корпоративная социальная сеть»



Россия, 2017 – по настоящее время

[Интервью](#)

[Видео](#)

Задача:

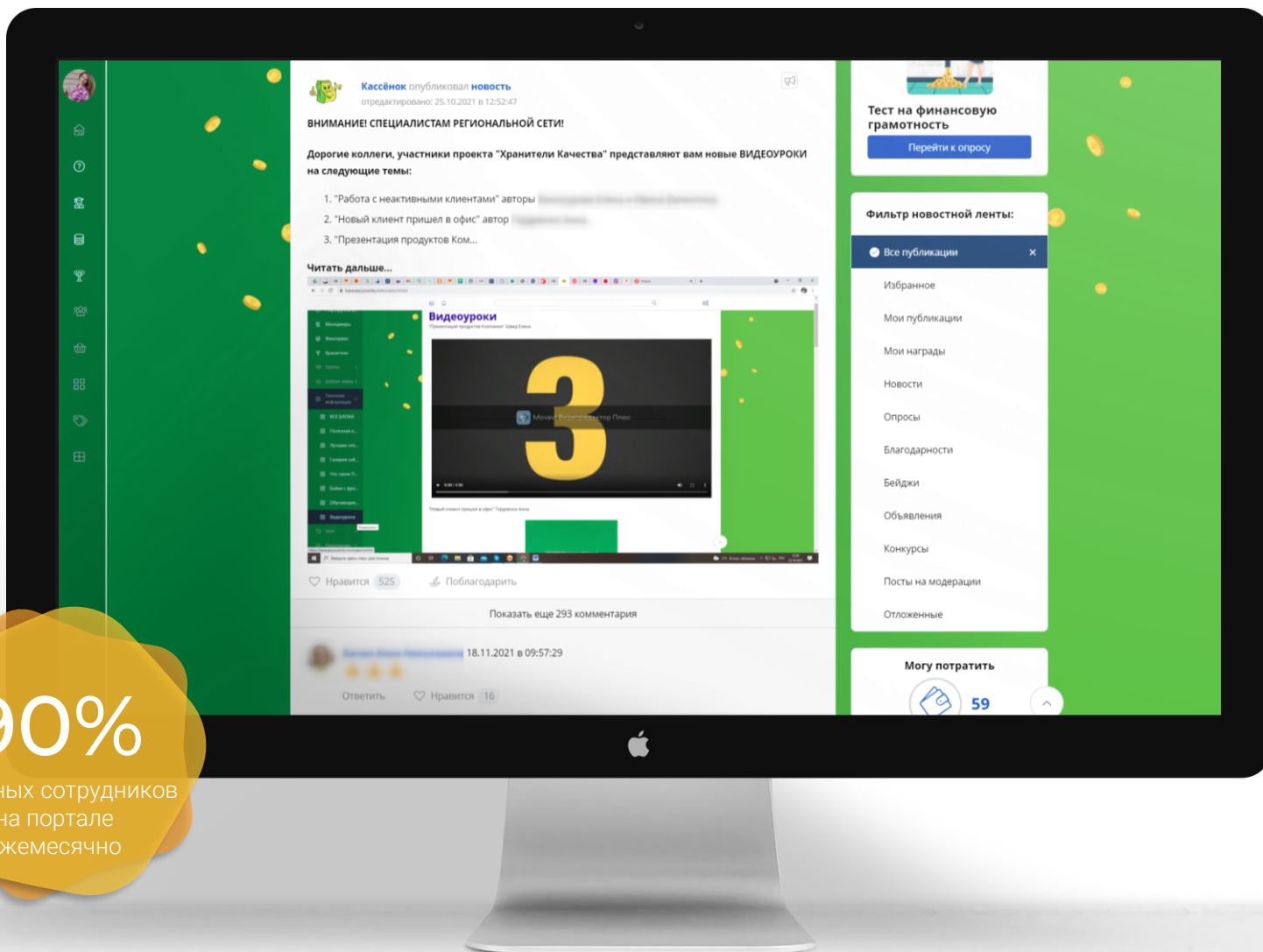
- Объединить территориально распределенных сотрудников в едином коммуникационном пространстве
- Мотивировать на успешную работу

Решение: геймифицированная корпоративная социальная сеть

Аудитория: все сотрудники компании, 1500+ человек

Результаты:

- С 2017 года «Пряники» являются ключевой коммуникационной платформой компании с централизованной мотивационной системой и микрообучением
- 90% сотрудников активны на портале ежемесячно («активны» = публикуют контент, а не просто заходят)



«Моментоденьги»

«Корпоративная социальная сеть»

Россия, 2015-18 гг. [Интервью](#)

Задача:

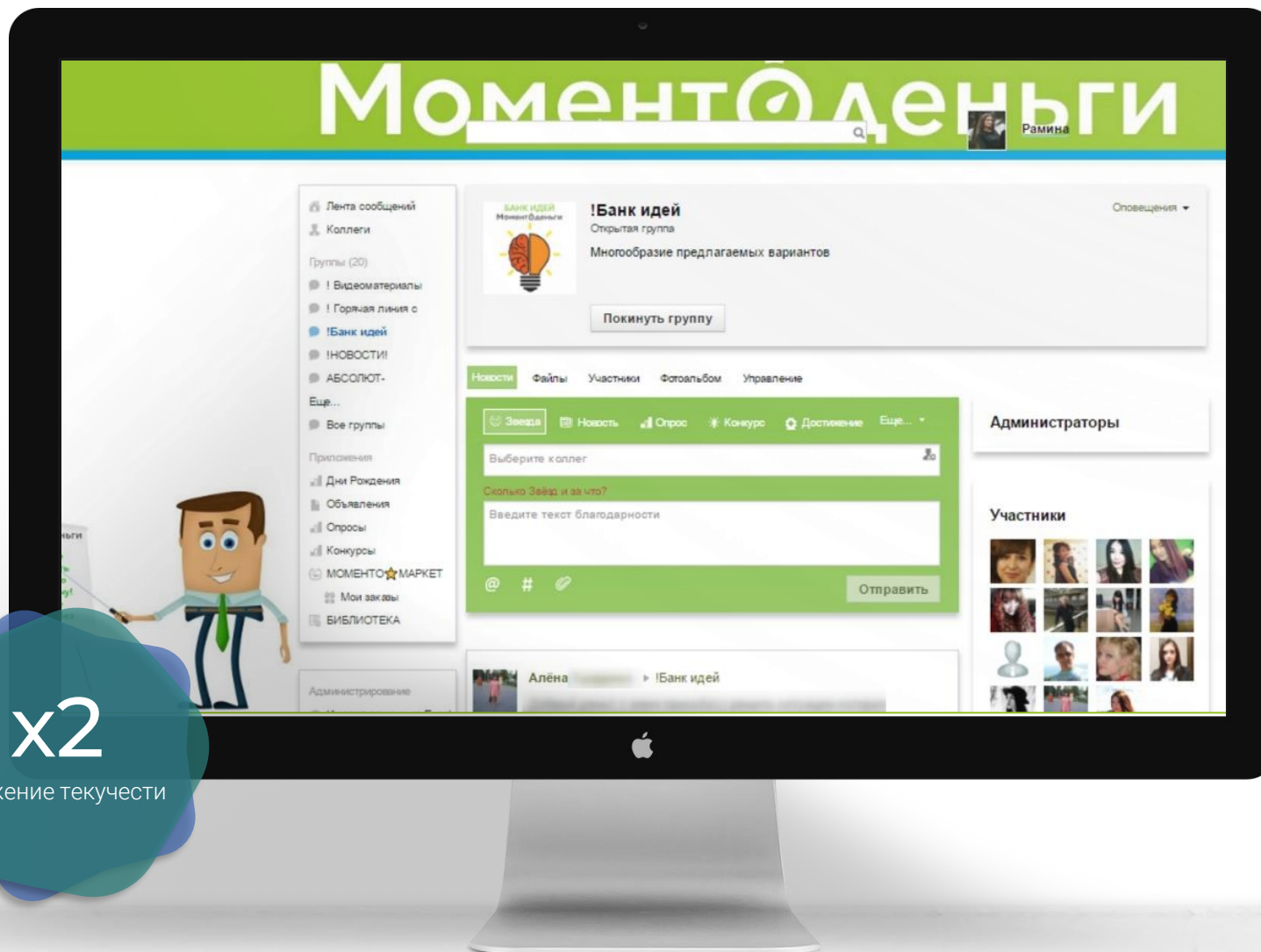
- Создать единую коммуникационную среду
- Укрепить бренд работодателя
- Снизить текучесть

Решение: геймифицированная корпоративная социальная сеть

Аудитория: все сотрудники компании, 200 человек

Результаты:

- **двукратное снижение текучести**
- **развитие вертикальных и горизонтальных коммуникаций**



x2

снижение текучести

«Мултон»

«Rewards and recognition»



Россия, 2017 г. – по настоящее время
[Интервью](#)

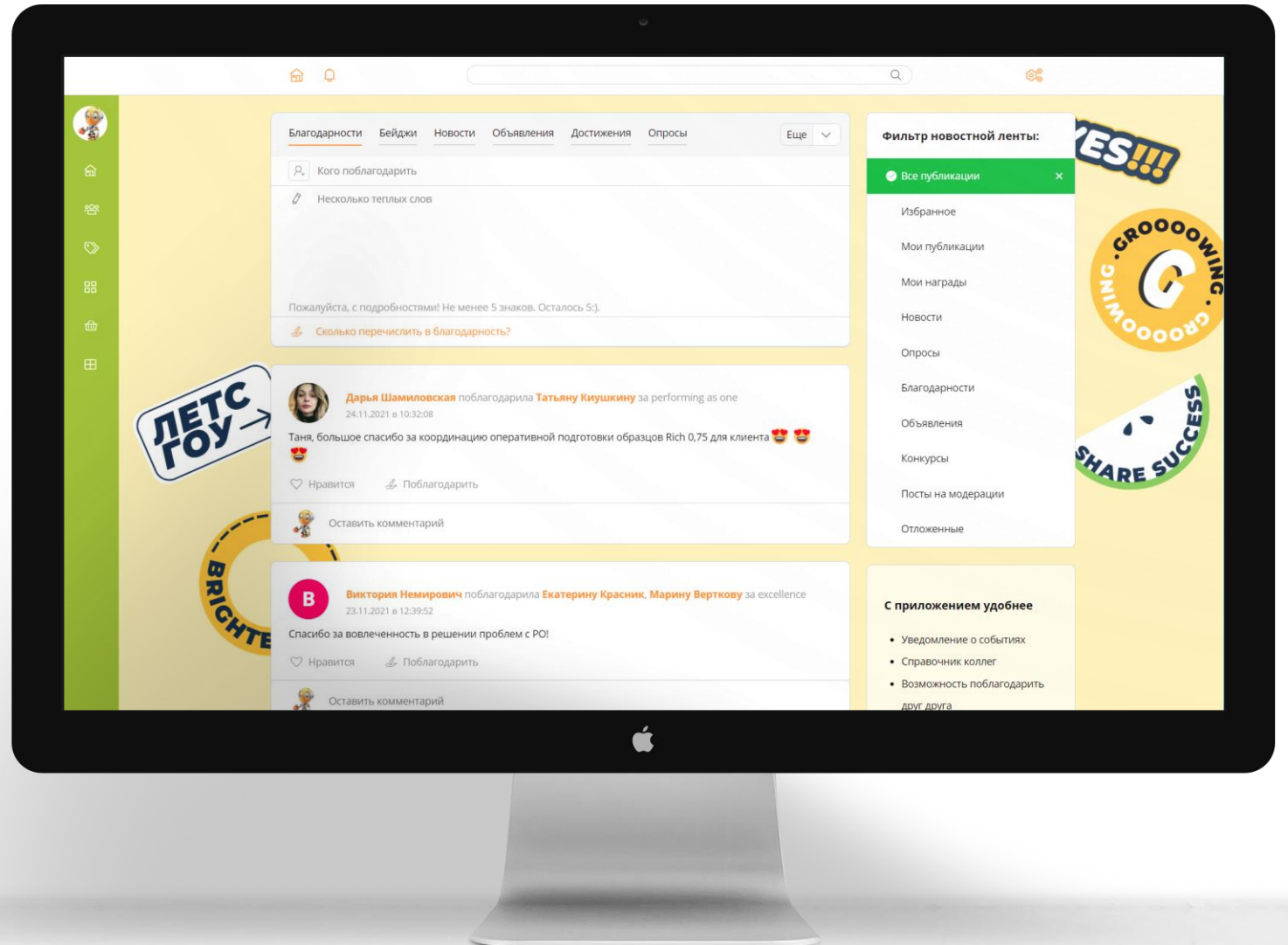
Задача:

- Сформировать инновационное поведение и мышление сотрудников

Решение: бессрочный несоревновательный проект на базе корпоративной соцсети и микровознаграждений в формате экономики заслуг

Аудитория: 200 сотрудников

Результаты: «Сегодня каждый сотрудник с легкостью может ответить, что для нас инновационная культура, и почему «Мултон» - инновационная компания» – Анна Русакова, менеджер по развитию компетенций (Capability Development Manager), АО «Мултон»





Миры корпоративных инноваций

«ОМК-ИТ»

«Ярмарка идей»

Россия, 2017-18 гг. [Интервью](#)

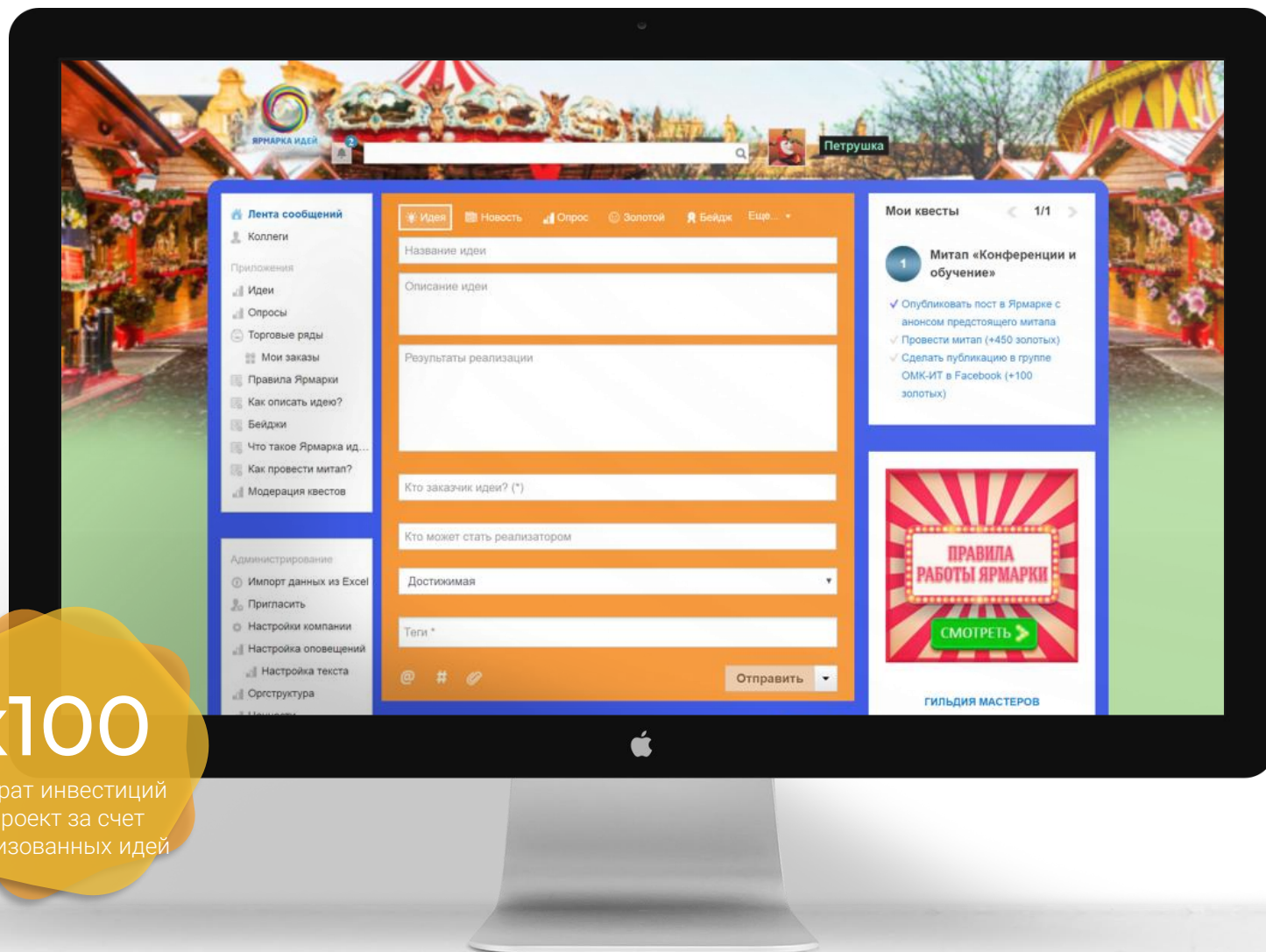
Задачи:

- улучшить качество идей, предлагаемых и реализуемых сотрудниками
- увеличить количество реализуемых идей

Решение: геймифицированная Биржа идей

Аудитория: все сотрудники компании, 500 человек

Результаты: **вложения в проект окупались в стократном размере** – за счет внедренных идей, которые были предложены и реализованы на проекте



x100

возврат инвестиций
в проект за счет
реализованных идей

«PERI»

«Банк идей»

Россия, 2015 г. – по настоящее время.

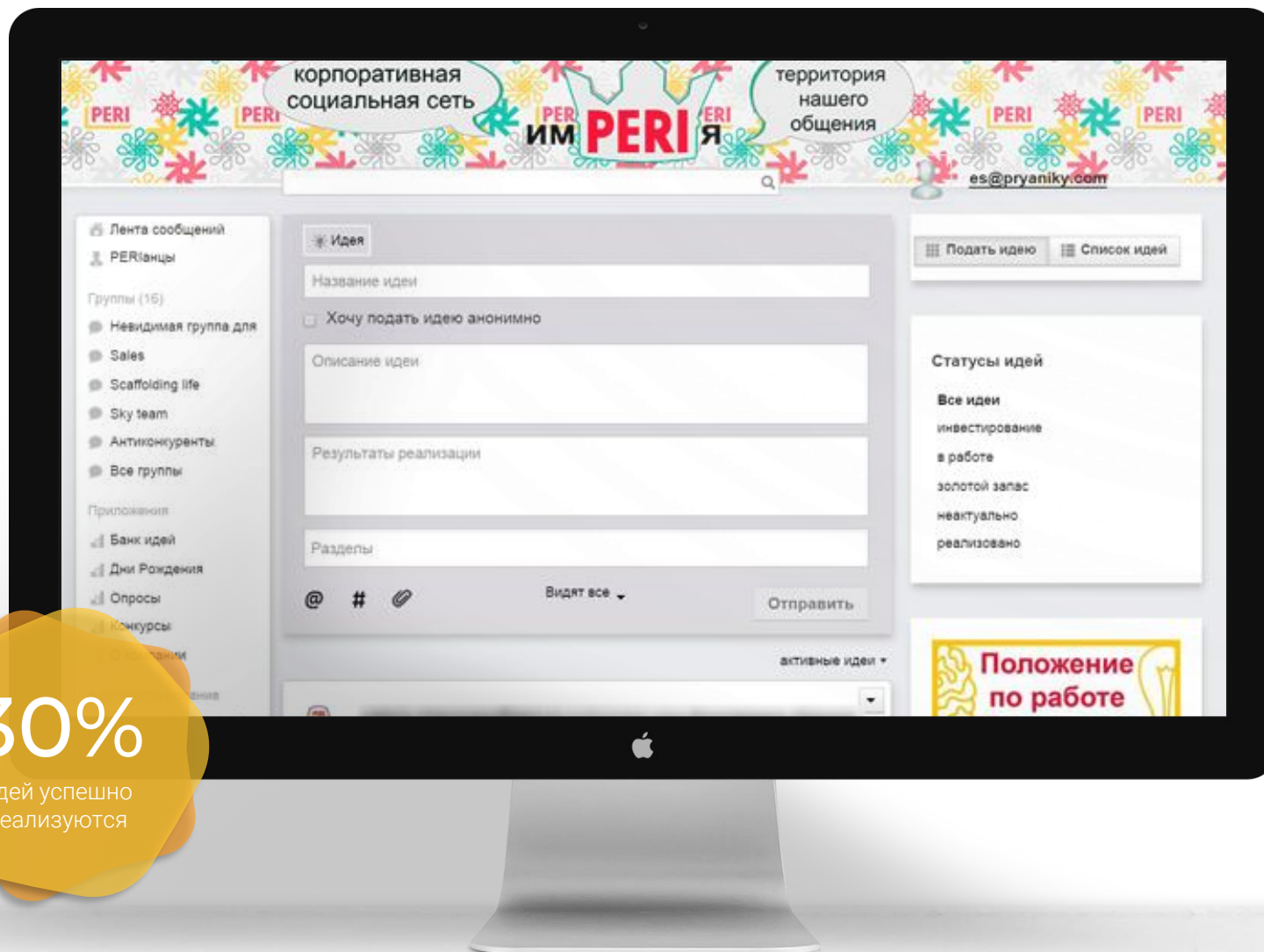
[Интервью](#)

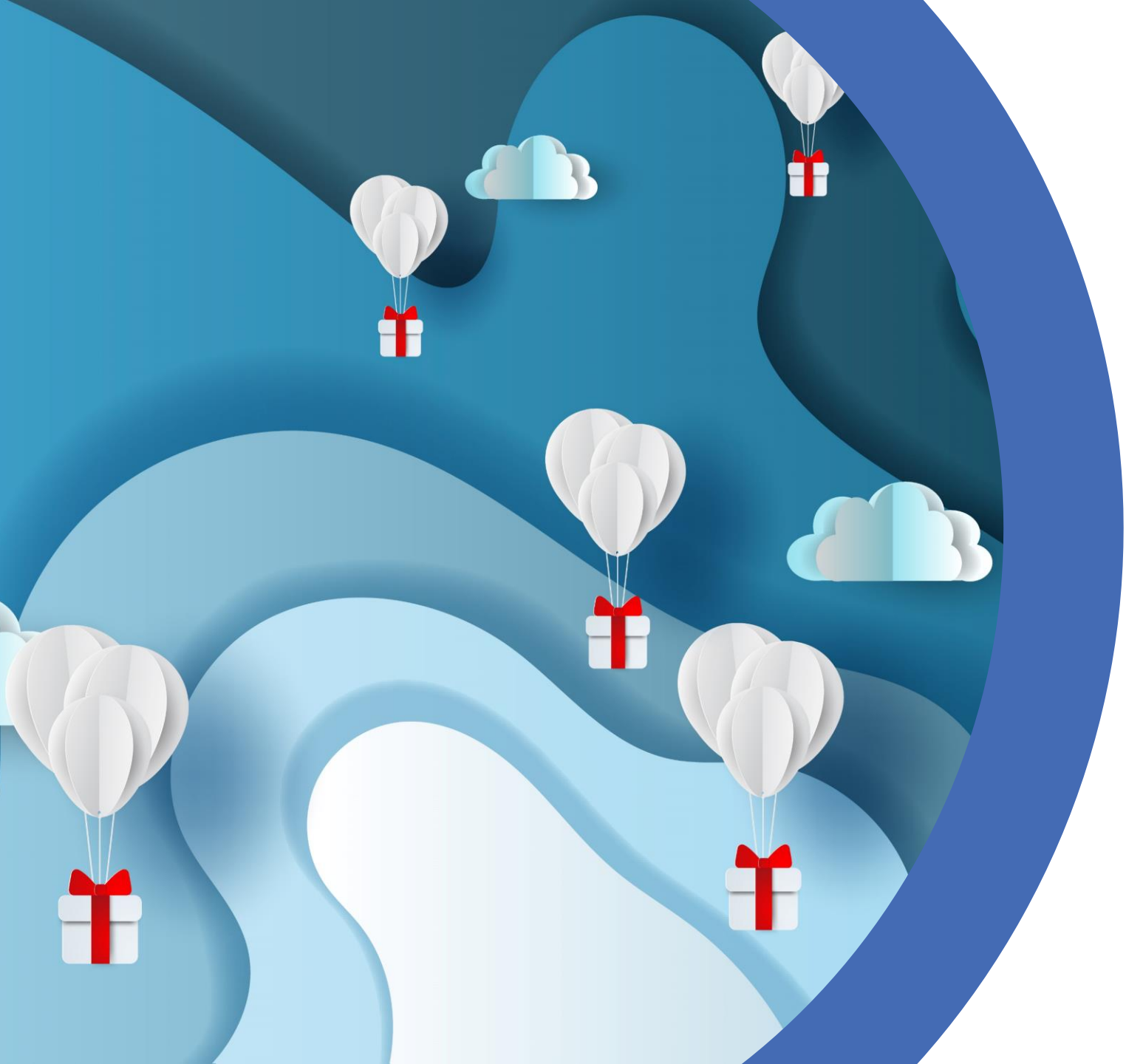
Задача: увеличить количество предлагаемых и реализуемых сотрудниками идей

Решение: геймифицированный Банк идей на базе корпоративной социальной сети

Аудитория: все сотрудники компании, 200 человек

Результаты: 30% идей успешно реализуются





Праздничные экспресс миры

«Открытие-Факторинг» «Пятый элемент»

Россия, 2021 год. [Интервью](#)

Задача:

- Сплотить сотрудников после года на удаленке
- Зажигательно отметить 5-летие компании в условиях «гибридного» офиса

Решение: геймифицированный праздничный проект на 1 неделю

Аудитория: все сотрудники компании, 130 человек

Результаты: онлайн День рождения стал отличным способом сократить «эмоциональное расстояние» между коллегами в условиях гибридного режима работы, сблизить людей и наладить между ними эффективное взаимодействие

