

comping_ studija slučaja

Hrvatski zavod za zapošljavanje



Hrvatski zavod za zapošljavanje

Hrvatski zavod za zapošljavanje vodeći je sudionik u razvoju hrvatskog tržišta rada s ciljem što učinkovitijeg posredovanja između ponude i potražnje radne snage. Također, kontinuirani razvoj znanja, vještina i sposobnosti, uz promicanje partnerskih odnosa sa svim dionicima na tržištu rada, jasno su postavljeni ciljevi ove institucije.

Izazovi

Pred Hrvatski zavod za zapošljavanje s 1.300 zaposlenika, razgranatom mrežom koju čine 22 područna ureda i 96 ispostava, postavljen je veliki izazov. Podrška nezaposlenim osobama, tražiteljima zaposlenja, poslodavcima, partnerima kroz različite komunikacijske kanale u vrijeme iznimno velike nezaposlenosti.

Dodatnu otežavajuću okolnost predstavljala je nemogućnost zapošljavanja novih djelatnika u Zavodu. Na jednog savjetnika hrvatskog zavoda za zapošljavanje dolazi čak 1000 nezaposlenih, dok u isto vrijeme u Švicarskoj, jedan savjetnik vodi brigu o 150 nezaposlenih, a u Mađarskoj o njih 200.

Djelatnosti Zavoda vrlo su raznolike i odnose se na posredovanje pri zapošljavanju, pripreme za zapošljavanje, cjeloživotno profesionalno usmjeravanje, prava po osnovi nezaposlenosti te obrazovanje za potrebe tržišta. Isprepletenost pojedinih djelatnosti najčešće je bila zbunjujuća za korisnike, budući da nisu postojali službeni procesi unutar organizacije koji bi povezivali odjele s korisnicima.

Info-telefon, kao središnje mjesto za komunikaciju i suradnju bio je objavljen na web stranicama Zavoda, a na pozive je odgovarala jedna osoba uz minimalnu informatičku podršku. Ovakav način rada rezultirao je većim brojem propuštenih poziva, a problem se javljao i kod izostanaka zaposlenika s posla (godišnji, bolovanja, pauze).

Jedan dio aktivnosti koje provodi HZZ odvijao se i putem osobne komunikacije zaposlenika s građanima. Tijekom tih aktivnosti savjetnici su primali i velik broj izravnih telefonskih upita te poruka elektroničke pošte s pitanjima za koje nije potrebna njihova razina stručnosti.

Zbog povećanja broja nezaposlenih u Hrvatskoj, ali i potrebe unaprjeđenja poslovanja, Zavod je bio primoran poboljšati

ContactInCloud

učinkovitost rada s korisnicima.

Takvo okruženje je potaklo ideju o jedinstvenom kontaktnom centru kao mogućem rješenju za poboljšanje učinkovitosti Zavoda. Kontaktni centar zamišljen je kao središnje mjesto na kojemu korisnici Zavoda mogu dobiti informacije vezane uz djelatnosti Zavoda, ali i obaviti neke od aktivnosti.

Izazovi zbog kojih se Hrvatski zavod za zapošljavanje odlučio osnovati jedinstveni kontakt centar:

- **Fragmentacija komunikacijskih kanala** - decentralizirane mogućnosti kontakta građana sa Zavodom trebale su omogućiti individualan pristup. O svakoj nezaposlenoj osobi brine određeni savjetnik. Ako nezaposlene osobe ne mogu stupiti u kontakt s dodijeljenim im savjetnikom, institucija osobnog savjetnika u tom slučaju nema smisla.
- **Fokus na osobnu komunikaciju** - procesi u Zavodu bili su prilagođeni osobnoj komunikaciji u uredima. Uz postojanje velikog broja aktivnosti koje su se obavljale izravno u uredima, nužno je bilo uvođenje automatizacije koja bi rasteretila zaposlenike te omogućila kvalitetnije odvijanje djelatnosti.
- **Nedostatak resursa** - imajući na umu ograničenja u zapošljavanju novih radnika u državnim ustanovama, Zavod je bio primoran automatizirati određene aktivnosti koje pomažu rasteretiti zaposlenike i poboljšati učinkovitost.
- **Slaba kvaliteta postojećih telefonskih usluga** - zbog različitih komunikacijskih kanala često je bilo teško stupiti u telefonski kontakt s određenom osobom u Zavodu. Čak i kad je nezaposlena osoba uspijevala dobiti savjetnika, najčešće nije bila zadovoljna razgovorom i trudom koji savjetnik ulaže.
- **Dugo vrijeme čekanja u uredima** - vrlo se malo aktivnosti moglo provoditi na daljinu, što je prisiljavalo korisnike na posjete Zavodu, a to je uzrokovalo gužve i stresne situacije. Niska razina automatizacije korisnicima nije pružala drugu opciju i dodatno je opterećivala rad.
- **Automatizacija IT sustava** - nije postojao kronološki slijed aktivnosti korisnika (povijesnost) ili upravljanje kontaktima. Za pružanje individualne komunikacije iz kontaktnog centra i formiranje dugoročnih procesa bilo je potrebno integrirati i aplikaciju za upravljanje kontaktima.

Rješenje

Hrvatski zavod za zapošljavanje u usporedbi sa sličnim ustanovama broji premalo zaposlenika. Kontakt centar unutar Hrvatskog zavoda za zapošljavanje pomaže poboljšanju kvalitete uz kontrolu operativnih troškova. Automatizacija različitih komunikacijskih kanala jedna je od najvažnijih aktivnosti koja unaprjeđuje učinkovitost u svakodnevnom radu.

U skladu sa strateškim ciljevima,

Hrvatski zavod za zapošljavanje poboljšao je komunikaciju s građanima, zaposlenicima i ostalim korisnicima svojih usluga.

Stvorena je organizacija koja usvaja nove tehnologije usmjerene učinkovitijoj komunikaciji s korisnicima koja povećava zadovoljstvo korisnika i internu operativnu djelotvornost.

Za implementaciju takve prakse neophodno je bilo integrirati sljedeća područja: omogućiti kontakt centru potrebne baze korisnika, postaviti procedure za osoblje na telefonima, dogovoriti mjerenje uspješnosti, osigurati propisnu izobrazbu za predstavnike kontaktnog centra, postaviti kontakt centar na pripadajuću razinu u organizaciji te podijeliti bitna saznanja i informacije o trenutnim aktivnostima organizacije s kontakt centrom.

Koristi

Implementacija kontaktnog centra u Hrvatskom zavodu za zapošljavanje donosi sljedeće koristi:

- jednostavniji pristup informacijama gdje svaki pozivatelj dobiva isti odgovor na isto pitanje
- omogućeno dulje radno vrijeme kontaktnog centra kao izvora informacija na bolji način raspoređuje pritisak u uredima HZZ-a
- unaprjeđivanje te pružanje ujednačene kvalitete informacija korisnicima Zavoda, bez obzira odakle zovu i bez obzira na način kontaktiranja Zavoda
- minimiziranje broja propuštenih poziva te smanjivanje čekanja u redovima radi dobivanja informacija, odnosno povećanje dostupnosti korisnicima Zavoda
- omogućena komunikacija s osobama koje su najbolje upućene u pojedina područja kroz raspoređivanje u odgovorne grupe po vještinama agenta
- preusmjeravanje prometa na povoljnije kanale komunikacije za upravljanje odnosima s korisnicima poput društvenih mreža i upravljanje svim aktivnostima s korisnicima, bez obzira na kanal komunikacije, gdje korisnici imaju slobodu pri odabiru njima najpogodnijeg kanala komunikacije
- veća pažnja građanima od strane savjetnika, jer se intervjui učestalo ne prekidaju, dugo čekanje na intervjue se smanjilo te se u konačnici omogućavaju bolji i dublji intervjui
- oslobođenje preopterećenih zaposlenika Zavoda od poziva stranaka, kako bi se mogli koncentrirati na svoj osnovni posao, neovisno o funkciji koju obnašaju
- uvođenje automatizacije te eliminacija stalne potrebe posjećivanja ureda Zavoda za rješavanje pitanja koja se mogu riješiti drugim načinima, rasterećuje zaposlenike te omogućava bolju kvalitetu njihove osnovne djelatnosti, a građanima štedi vrijeme i novac
- poboljšana kolaboracija odjela unutar Zavoda.

comping_

Comping d.o.o. | Heinzelova
70, HR-10000 Zagreb | T +385
1 2484 200 | F +385 1 2484
201 | E prodaja@comping.hr |
www.comping.hr