



Формуляр за кандидатстване

Секция 1 – Данни за контакт

Кандидатура за категория: **HR консултантки проект/инструмент на годината**

Компания	Ейч Вижън ЕООД
Лице за контакт	Яна Нейчева
Позиция	Communications Manager

Секция 2 – Мотивация за участие

Годишните HR награди са престижно отличие, което извън материалния си израз, носи удовлетворението от високата професионална оценка на компетентното жури. Мотивацията на екипа на Ейч Вижън се състои на първо място, в увереността, че отговаряме на условията за иновативен и успешен проект, реализиран на национално ниво. Иновативността се крие в описаните по-долу в кандидатурата методология, дизайн и обхват на формата, а успехът е регистриран не само в събраните над 400 обратни връзки от участниците, но и в анализа на експертите, взели участие в целия жизнен цикъл на проекта.

*И все пак основната причина да кандидатстваме в категория **HR консултантски проект/инструмент на годината** е желанието ни този проект да бъде популяризиран, подкрепен и отличен. Целта ни е той да придобие разпознаваемост и по този начин да имаме възможност да споделим нашето know-how с колеги HR практики, които имат*

желание да включат емоционалната интелигентност като важен инструмент в развитието на професионалиста. Вярваме, че иновативността на формата притежава сериозен заряд и потенциал да трансформира положително цялата сфера на услугите в България, което ще бъде безценна награда не само за нашата компания, а признание за цялата HR гилдия, оценка на труда и усилията не само на нашия екип, а на всеки HR професионалист, който обича работата си и желае да се развива. Убедени сме, че този проект, ако бъде оценен по достойнство, резултати и потенциал, ще бъде доказателство, че в България не просто можем да следваме добрите практики, а можем и да ги създаваме.

Секция 3 – Описание на кандидатурата

Съвместният проект на консултантска компания **H-Vision** и **FIBank** „Емоционална интелигентност при взаимодействие с клиенти в процес на обслужване и продажба“ е първият по рода си формат, който съчетава множество **иновативни техники и елементи**, с цел очертаване на теоретична рамка на термина емоционална интелигентност, разбиране на емпатията като начин да комуникираме по-ефективно, умението „да се поставиш в обувките на другия“. След постигане на тактическите цели през първия ден на обучението, на следващия ден екипът на H-Vision се фокусира върху постигане и на стратегическата цел на проекта - **промяна на нагласите на обучаващите**.

Над **500** фронт-офис мениджъри на Банката се събраха в **9** поредни седмици в София, Пловдив, Велико Търново и Варна. Те бяха многократно изправяни пред най-различни предизвикателства, сред които бяха работа в групи, креативни задачи, сетивни възприятия, мотивационни речи. В продължение на 12 часа (ден и половина), служителите на Банката учеха чрез преживяване, като фокусът на менторите и заявката на Клиента бе концентрирано да се предадат нови знания и умения за критичната важност на емпатията при взаимоотношението с клиенти.

Иновативността на формата се състои от една страна в стратегическата цел, свързана с промяна на нагласите (*changing-attitude-event*), а от друга - с разнообразието на средствата и методите, чрез които се предава основното послание и се провокира мотивация за промяна и развитие. В проекта имаше професионално и осъзнато комбиниране на активности, провокиращи преживяване, задълбочен дебриф и като допълнение към това - беше включен екип от професионални актьори, които да поставят участниците не просто в ролеви игри, а в реални ситуации, под формата на театрални етюди. Благодарение на професионализма на актьорите, участниците биваха не просто частично, а изцяло потапяни в напълно реални, но и много сложни ситуации, които трябваше сами да разрешат – точно както на работното им място.

Форматът беше умело воден от психолог (**Милена Хаджииванова**), която задаваше общата концептуална рамка за необходимостта от промяна на нагласата, остойносттаване на приноса на всеки един, значението на личната мотивация, за да може развитието на професионалните умения да бъде естествено продължение на стремежа към непрекъснато усъвършенстване. Търсеният ефект беше провокиране на участниците - да пожелаят промяна, да се замислят върху позитивите от това да взаимодействат с хора, да събудят човечността си и да бъдат мотивирани за по-емпатично взаимодействие с клиента. Следвайки общата концепция, това послание беше подсилено и от структурирана

мотивационна реч на Башар Рахал, с интересни аналогии и паралели и вдъхновяващи примери.

На следващия ден обучаващите получиха обратна връзка и анализ на наблюдаваните поведения през различната перспектива на психолог (Милена Хадживанова) и актьор (Башар Рахал). Подобна съвкупност от експертиза даде изключителна добавена стойност на събитието.

Метаморфозата, която изживяха участниците, ни дава основание да заключим, че този смел и революционен по своята същност и резултати проект, заслужава да бъде развит в цяла една нова практически приложима наука, с цел усъвършенстване на качеството на услугите в България. Що се отнася до индекса на ефективността, който надминава не само собствените ни очаквания, но и тези на Клиента, то това се дължи както на мащабността и методологията на формата, така и на факта, че участниците бяха нетрадиционно предизвикани не само ментално, но и емоционално. Подход, който отключи огромна кумулативна енергия в залите и успя да превърне знанията и емоциите на индивида в огромна синергична сила. Сила, която FIBank със сигурност ще използва целенасочено и по предназначение, за да постигне още по-върхови резултати в обслужването на своите клиенти и да се отличи още по-забележимо от своите конкуренти.