

В каждом номере журнала «СЗН-ПУЛЬС» мы разбираем один из 20 показателей индекса совершенствования качества клиентского опыта службы занятости. Материалом для анализа служат кейсы, которые специалисты службы занятости рассматривают в чате [«Клиентоцентричность в СЗН»](#) в рамках **«ВАУ — марафона»**.

Всего есть пять групп показателей: **полезность обращения в СЗН и ЦЗН, адресность и персонализация, минимизация усилий клиента, внешний комфорт и удобство, дружелюбие и партнерство**

## Неделя №11. Показатель «Внешний вид сотрудников»




Показатель, который входит в группу **«Внешний комфорт и удобство»**, демонстрирует соблюдение делового стиля в облике сотрудников кадрового центра.

Для измерения показателя используются объективные и субъективные данные: центры занятости предоставляют информацию о соответствии облика сотрудника требованиям фирменного стиля бренда «Работа России», а клиентам кадрового центра предлагается оценить, насколько он согласен с высказыванием «Внешний вид сотрудников ЦЗН соответствует деловому стилю».

## В одиннадцатом туре марафона:

 **22** региона приняли участие

 **27** тематических практик и наработок по оказанию ВАУ-сервиса размещено



## Регионы-участники:

- Алтайский край
- Архангельская область
- Брянская область
- Владимирская область
- Иркутская область
- Камчатский край
- Красноярский край
- Курская область
- Липецкая область
- Нижегородская область
- Новгородская область
- Новосибирская область
- Омская область
- Пермский край
- Республика Башкортостан
- Республика Коми
- Республика Татарстан
- Самарская область
- Санкт-Петербург
- Удмуртская Республика
- Ульяновская область
- Ярославская область

## Республика Татарстан

«Главное – не останавливаться на достигнутом!»



Сегодня наличие бренда у организаций и учреждений является неотъемлемой частью корпоративной культуры службы занятости региона. Однако история появления первой брендированной формы сотрудников Татарстана, в частности, кадрового центра города Набережные Челны, берет свое начало еще в 2007 году.

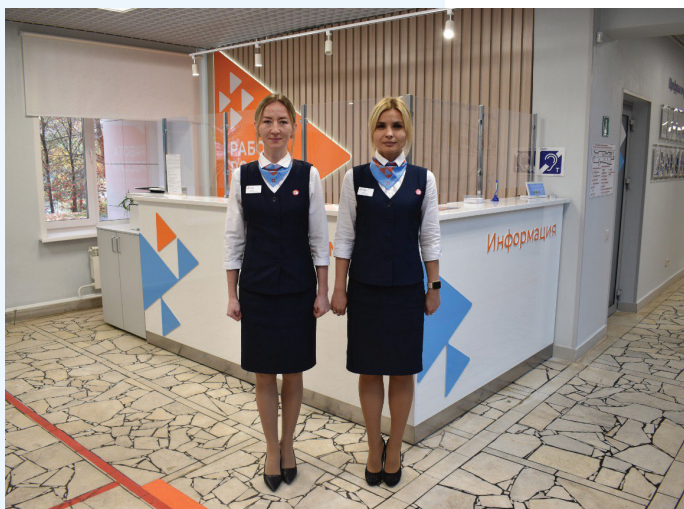
Тогда в учреждении создали молодежную общественную организацию «Совет молодых». Активисты до 35 лет из числа сотрудников центра занятости регулярно принимала участие в общегородских культурно-массовых мероприятиях. Тогда и возникла мысль создать единый стиль и форму, чтобы бренд службы занятости был узнаваем.

Инициативная группа решила внедрить брендированную одежду неформального стиля – белые футболки и бейсболки с логотипом службы занятости, а также разработать флаг центра занятости. Это позволило подчеркнуть их единство и целеустремленность, а также обратить внимание других коллективов.



Первый официальный образ сотрудников службы занятости был создан в 2012 году при внедрении процессов бережливого производства. Пошаговое изучение и погружение в мир лин-технологий полностью перевернули привычное понимание организации работы.

Были проанализированы рабочие процессы, минимизированы потери, разработаны и внедрены стандарты хранения документов, оформления стеллажей, локального и сетевого электронного пространства, а также стандарты «Бедж», «Входная табличка» и «Внешний вид сотрудников». Форма предполагала идентичный для всех белый верх, черный низ, шарфик и бедж.



Спустя семь лет, в рамках проекта модернизации службы занятости, официальная форма сотрудников стала соответствовать бренду «Работа России».

С новой униформой кадровому центру помог постоянный партнер учреждения — швейная фабрика «Школьная мода». Ее сотрудники проявили персональный подход к заданию: комплекты шились по индивидуальным меркам специалистов, что обеспечило им комфорт и подходящий внешний вид.

Но и на этом история становления корпоративного бренда в Набережных Челнах не закончилась. На итоговом заседании «Клуба работодателей» в конце 2021 года руководители кадрового центра и швейной фабрики договорились о дальнейшем сотрудничестве и завершении образа сотрудников службы, перешив и неформальную одежду под бренд «Работа России». Теперь городской кадровый центр стал счастливым обладателем синих ветровок, футболок, поло, утепленных жилетов и бейсболок.

Кадровый центр города Набережные Челны пережил множество изменений. Перемены стимулируют сотрудников, повышают жизненный тонус и профессиональную эффективность. «Главное – не останавливаться на достигнутом!» — вот девиз этого коллектива.



## Новгородская область

### По одежке встречают

Сотрудники кадрового центра — лицо учреждения. Люди склонны переносить впечатление от внешнего вида сотрудника на весь образ учреждения и судить о качестве предоставляемых услуг в целом.



Внешний вид специалистов службы занятости в соответствии с фирменным брендом «Работа России» — важный компонент комплексной модернизации, которая прошла в регионе. В прошлом году была организована поставка более 170 комплектов.

Кадровый центр Новгородской области подошёл основательно к выбору форменной одежды. Для комфорта работников были разработаны несколько моделей на разные сезоны с учетом требований брендбука. Теперь персонал учреждения может всегда составить подходящий образ в соответствии с рабочими задачами и погодными условиями.

Специалистам новгородского центра занятости доступны белые офисные блузы с длинным рукавом и рубашки-поло, брючные и юбочные костюмы с

пиджаком и жилетом, а на холодное время года есть свитера, утепленные жилеты и куртки.

Добавляют индивидуальности в образ и способствуют формированию единого имиджа компании яркие детали: элегантные платки и галстуки, обувь, бейсболки и фирменные сумки, бейджи и нагрудные значки.

С таким универсальным комплектом команда службы занятости готова к самым разнообразным задачам: от повседневной офисной работы и деловых встреч с партнерами до выездных мероприятий.

В службе занятости Новгородской области убеждены, что униформа — это не просто атрибут, а инструмент создания единой атмосферы и сопричастности к команде. Когда каждый сотрудник выглядит стильно и профессионально, это создает единую гармоничную картину, отражающую корпоративные ценности и культуру. В результате не только повышается уверенность работников центра, но и усиливается доверие со стороны клиентов, которые видят в каждом специалисте надежного помощника и ответственного партнера.

Все вышесказанное подтверждается результатами опроса по оценке удовлетворенности получателей государственных услуг: 99% респондентов отметили деловой и опрятный внешний вид специалистов.



## Владимирская область

### Униформа как мотиватор эффективной работы



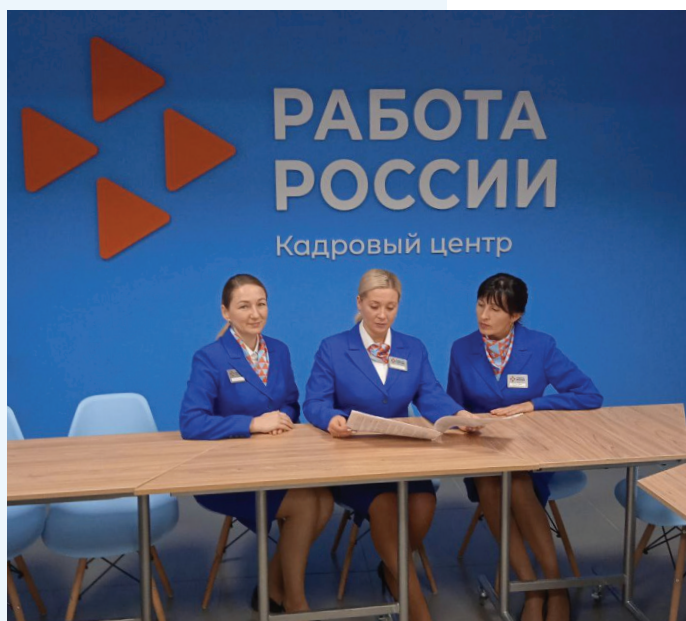
Во Владимирской области попытки ввести единую форму для сотрудников службы занятости предпринимались уже давно. До комплексной модернизации она состояла из зеленого жилета, белой рубашки и зеленого шейного платка. В 2019 году регион присоединился к проекту точечной модернизации службы занятости, тогда была введена форма одежды «белый верх – черный низ» с шейным платком.

Единая форма сотрудников кадрового центра Владимирской области – это часть фирменного стиля бренда «Работа России». Она помогает службе занятости быть узнаваемой, формирует командный дух среди специалистов, создает ощущение причастности к общему делу, мотивирует работать эффективно и поддерживает имидж организации.

Клиенты судят о надежности и профессионализме сотрудников, в частности, по их внешнему виду. Кроме того, форма помогает клиентам идентифицировать сотрудников и дает уверенность в том, что услуги будут оказаны на высшем уровне.



А в прошлом году область стала одним из 17 пилотных регионов, присоединившихся к проекту комплексной модернизации службы занятости и централизованно купила единую форму для сотрудников. При ее разработке за основу были взяты эскизы и рекомендации брендбука «Работа России».



При этом форма должна быть удобной, не сковывать движений, поэтому шьется по индивидуальным размерам сотрудников. Для снятия мерок представители поставщика приезжают в каждый филиал кадрового центра. При увольнении сотрудника форма сдается на склад, после чего подвергается санобработке и передается другому сотруднику. Исследования показывают, что форма темно-синего цвета побуждает сотрудников вести себя более серьезно, нацеливает на результат. Наличие голубого цвета стимулирует спокойствие, а оранжевый цвет придает креативности.

Для женщин это костюм темно-синего цвета, состоящий из жакета, юбки до колен или брюк, белой блузки с длинным и коротким рукавом, а также приталенного жилета темно-синего цвета. Для мужчин – темно-синий брючный костюм, белая рубашка с длинным и коротким рукавом. Важная изюминка корпоративной одежды – аксессуары. Они дополняют образ и делают его более завершенным. К ним относится шейный платок голубого цвета с оранжевыми треугольниками у женщин и синий галстук у мужчин.



Форму сотрудники носят ежедневно. Летом допускается послабление: юбка или брюки и белая блузка с шейным платком для женщин и белая рубашка и брюки для мужчин. Отметим, директор кадрового центра Владимирской области Наталья Крылова подает пример сотрудникам, всегда надевая форму на мероприятия.