



Çalışan Deneyiminde Temas Noktası Yönetimi

Yazar
Orçun İrfan

Pisano Academy'e
şimdi katılın





Çalışan deneyimi eğitimlerine önce doğal olarak çalışan deneyiminin ne olduğunu tanımlayarak başlıyoruz.

Bu yazıya da aynı şekilde özet bir tanımla başlayalım.

Çalışan deneyimi, çalışanların kurumlarıyla girdikleri etkileşimlerin bir sonucu olarak edindikleri bütünsel algıdır.

Hatırlayacağınız üzere bu tanımı önceki yazılarımızda oldukça detaylı bir şekilde ele almış ve derinlemesine yorumlamıştık.

Bu kısa ama neredeyse her kelimesi önemli tanımda vurguladığım iki ifade çalışan deneyimi için oldukça önemli bileşenler arasında yer alıyor.

Etkileşim ve bütünsel algı.

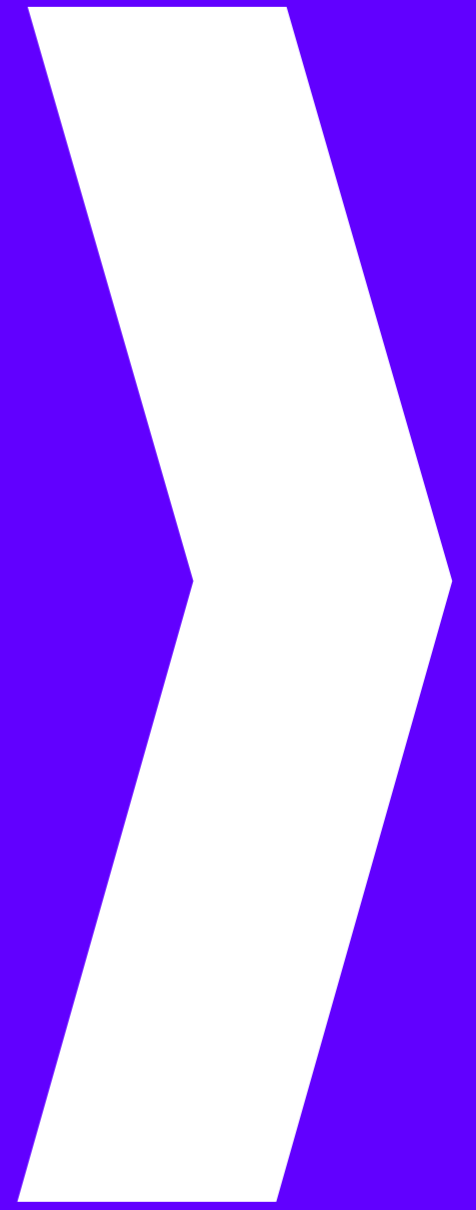
Şimdi birkaç önemli soru soralım.

- Çalışan işvereniyle nasıl etkileşime girer?
- Çalışanın işvereniyle girdiği bu etkileşimler sonucunda oluşan bütünsel algı nedir?
- Etkileşim noktalarında yaşanan deneyim ve dolayısıyla son noktada oluşacak bütünsel algı önceden ve bilinçli olarak tasarlanabilir mi?

Özet tanım içerisinde vurguladığımız iki ifade bu önemli sorular sayesinde muazzam bir oyun alanına kapı açar.

İlk soruya kapsamlı bir yanıt vermek için öncelikle insan kaynakları alanında uzun zamandır kullanılan ve bizim de önceki makalelerimizde yer verdiğimiz bir model olan çalışan yaşam döngüsünden bahsetmemiz gerekiyor.

**Bir atı
Yoleuluk
Haritası Olarak
alıřan Yaşam
Döngüsü**



Çalışan yaşam döngüsü (Employee Life Cycle – ELC) çalışanın belirli bir işverende geçirdiği toplam kariyer sürecinin evrelere bölünerek takip edilip yönetilmesini sağlayan bir çatı yolculuk haritasıdır.



İrfan, Orçun: Çalışan Deneyimi: Mutlu Çalışanlar, Mutlu Müşteriler, Mutlu Şirketler, Ceres Yayınları, 2022

Modelin 5, 6 ve hatta kimi zaman 7 parçalı gösterimleri olsa da ben bu makalede, çalışan deneyimi üzerine yazdığım ve Ceres Yayınlarından 2022 yılında yayınlanan kitabımda da yer verdiğim, 6 parçalı halini baz alacağım.

Öncelikle gelin model üzerinde yer alan her bir evreye tek tek bakıp modele olan aşinalığımızı artıralım.

Çalışan Yaşam Döngüsü: Çekim Evresi



Çalışan yaşam döngüsünde çekim evresi organizasyonların işveren markası faaliyetlerini yürüttükleri ana oyun alanıdır. Organizasyonlar temel olarak bu evrede birlikte çalışmak istediği yeteneklere seslenip markasını görünür kılar ve çalışılmak istenen çekici bir işveren olarak konumlanmaya gayret eder.

Özetle işverenler bu evrede hedef kitlelerinde yer alan yetenek gruplarına “Neden bir başka yerde değil de benimle çalışmalısın?” sorusunun yanıtını verir ve yanıtlarını da altı dolu argümanlar ile desteklerler.

Üniversite kariyer festivalleri, staj programları, hackathon veya ideathon faaliyetleri, kurumsal web sitesinde yer alan kariyer sekmesi, kurumsal sosyal medya hesapları, LinkedIn, Glassdoor, Indeed gibi iş dünyası üzerine odaklanan platformlar bu evrede sıklıkla kullanılan mecralar olarak öne çıkar.

Çekim evresinde ulaşılan kişiler henüz kurum çalışanı olmamalarına karşın potansiyel birer çalışan adayı olmaları sebebiyle çalışan yaşam döngüsü içerisinde yer alırlar.

Peki ama adaylar çekim evresinde kurumlarla nasıl etkileşime girer ve bu etkileşimlerin bütünsel algı üzerindeki etkisi nedir?

Önce bir fiziksel mecra örneği ile başlayalım. Kariyer festivalindeki standınız bir temas noktasıdır mesela. Standınızın nasıl gözüktüğü, dekora edildiği, stant görevlinizin öğrencileri nasıl karşıladığı, sorularını nasıl yanıtladığı, nasıl promosyon malzemeleri verdiği öğrenci ile kurum temsilcinizin arasında yaşanan deneyimin kalitesini belirler.

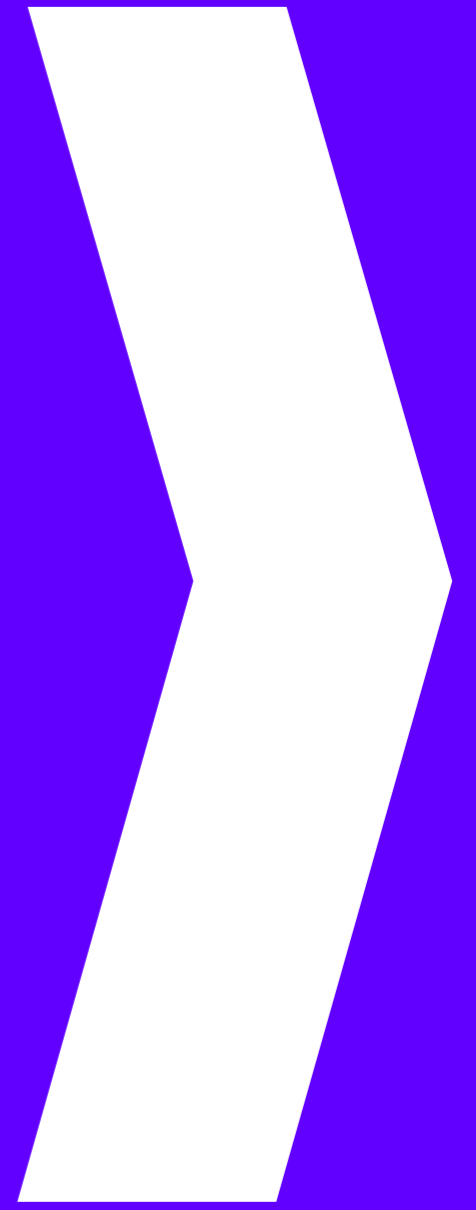
Öğrenciler standınızdan yaşadıkları etkileşimin bir sonucu olarak akıllarında sizinle ilgili bir olumlu ya da olumsuz bir algıyla ayrılırlar.

Bir de dijital mecra örneği verelim. Aynı durum kurumsal web sitenizdeki kariyer sekmesi için de geçerlidir. Adaylarınız kariyer sekmenizi ziyaret ettiklerinde (bir kariyer sekmeniz olduğunu varsayarak) tasarım, kullanım kolaylığı, içerik zenginliği, kurum kültürünü ifade ediş biçimi gibi pek çok etmenden yola çıkarak sitenizde geçirdikleri süre boyunca kurumunuzla etkileşime girer ve (dijital) bir deneyim yaşarlar. Bu deneyimin sonucu olarak da sitenizden sizinle ilgili olumlu ya da olumsuz bir algıyla ayrılırlar.



Çalışan Yaşam Döngüsü:

İşe Alım Evresi



İşe alım, çekim aşamasında etkileyip bir başvuruda bulunması için ikna etmeyi başardığımız adayları artık mülakatlar, kişilik envanterleri, yabancı dil testleri, değerlendirme merkezleri gibi çeşitli araçlarla değerlendirdiğimiz, adayla olan etkileşim süresini de derinliğini de artırdığımız bir evre.

Üstelik bu evre içinde barındırdığı teklif veya olumsuz dönüş gibi duyguları yükselten ve anıya dönüşme potansiyeli yüksek anlara da ev sahipliği yapıyor. Her ne kadar bu konuya daha önce geniş bir perspektiften değinmiş olsak da bu noktada iz bırakan anlara kısaca değinmenin önemli olduğunu düşünüyorum.

Çalışan Deneyiminde İz Bırakan Anlar

Hatırlarsanız önceki yazılarımızda Cornell Üniversitesi Psikoloji Bölümü profesörlerinden Dr. Thomas Gilovich'ten bahsetmiş ve Dr. Gilovich'in çalışmalarından yola çıkarak deneyimin oluşma sürecini Olay → Duygu → Deneyim → Anı akışı ile açıklamıştık.

Yani deneyimden bahsedebilmemiz için öncelikle bir olaya ihtiyaç var. Bu olayın yaşanma anında çalışan bazı duygular yaşıyor. Bu duygular deneyimleri oluşturuyor. Deneyimler de olay sonrasında çalışanın düşüncelerini de şekillendirecek biçimde anıya dönüşüyor.

Hayatın olağan akışı içerisinde çalışanın karşısına çıkan bu anlar kimi zaman son derece şiddetli ve yüksek duygu yükü ile doğrudan anıya dönüşebilecek potansiyelde olabiliyor. Bu tip anları gerçekle karşılaşma anı (Moment of Truth – MoT) olarak adlandırıyoruz.

Çalışan Deneyiminde Gerçekle Karşılaşma Anları

Gerçekle karşılaşma anlarını özellikle zor zamanlarda markanın vaadini gerçekleştirip gerçekleştirmediği anlar olarak tanımlayabiliriz.

Hemen müşteri deneyimi tarafından bir örnek vererek somutlaştıralım.

Kasko alacaksınız. Görüştüğünüz firma yetkilisi bir kaza olması durumunda anında çekici hizmeti, ikame araç, konaklama gibi birçok vaatte bulunarak size bir poliçe satıyor.

Bir gece geç saatte arka koltukta çocuklarınız uyurken ıssız bir yolda lastiğiniz patlıyor. Arabayı kenara çekip dışarıda kurtlar ulurken kasko şirketinizi arıyorsunuz. Telefondaki ses şu an hazırda çekici olmadığını bulduğunuz yere en az 1 saat sonra ulaşabileceklerini iletiyor.

Gerçekle karşılaşma anı.

Bir daha aynı şirketten kasko alır mısınız? Sanmıyorum.

Bu anlamda bakıldığında gerçekle karşılaşma anları müşteriyle marka arasında süregelen ilişkiyi bir anda kesip atabilen veya çok olumlu bir deneyimle kopmak üzere olan bir ilişkiyi anında sağlamlaştırabilecek potansiyele sahiptir.

Çalışan deneyimi tarafından da bir örnek verelim. Mesela çeşitlilik, kapsayıcılık, pozitif ayrımcılık konularında birçok vaatte bulunan ancak doğum iznine ayrılan kadın çalışanın rahatlıkla aday olabileceği bir pozisyonu daha kadın çalışan doğum izninden dönmeden içeriden erkek bir adayla kapatan kurum düşünün.

Gerçekle karşılaşma anı.

Çalışan Deneyiminde Anıya Dönüşecek Anlar (ADA)

Gerçekle karşılaşma anlarının şiddeti ne kadar büyük olsa da çalışanın bu denli yüksek etki bırakan durumlarla karşılaşma frekansı görece düşüktür.

Öte yandan günlük akış içerisinde yine de anıya dönüşme potansiyeli yüksek olan hayata dair pek çok an bulunur. Özellikle iş ve özel yaşamın artık iyiden iyiye iç içe girdiği günümüzde bu tip anlarda kurumların çalışanın anılarında nasıl yer almak istediği deneyim yönetimini daha da önemli kılmaktadır.

Kitabımda anıya dönüşecek anlar (ADA) olarak adlandırdığım bu özel anlar iş teklifi, ilk iş günü, ilk terfi, doğum, bir yakının vefatı gibi çalışanın öncelikle bir birey olarak hayatında ilk kez yaşadığı ya da çok nadir olarak yaşadığı anları ifade eder.

Şimdi dilerseniz bu parantezi kapatıp konudan daha fazla uzaklaşmadan çalışan yaşam döngüsüne geri dönelim.

Çalışan yaşam döngüsünün ikinci evresi olan işe alım aşamasında ne gibi temas noktalarında aday ve işveren etkileşime girer ve bu etkileşimler oluşacak bütünsel algıya nasıl katkıda bulunur?

Örneğin işe alım uzmanlarınızın adaya ulaşırken kullandıkları kanal bir etkileşim noktasıdır. Bu kanallarda kullanılan sözlü / yazılı dil, tutum bu etkileşim noktasındaki deneyime doğrudan etki eder.

Mülakatlar bir başka önemli etkileşim noktasıdır. Mülakatlarda adaylara gösterilen yaklaşım, mülakat kurguları, mülakatlarda adayın gözlemlediği kurum kültürü hep deneyime etki eden unsurlardır.

İşe alım sürecinde kullanılan envanter, yabancı dil testi gibi araçların her birisi birer etkileşim noktasıdır. Bu araçların modernliği, güncelliği veya ne kadar kullanıcı dostu olduğu deneyime etki edecektir.

Adaya süreç boyunca ve sonunda ne kadar süratli dönüş yapıldığı gibi pek çok etmen de bu evrede yarattığımız deneyimi ve dolayısıyla da aday nezdinde oluşturduğumuz bütünsel algıyı şekillendiren önemli unsurlardır.

Peki etkileşim anlarındaki bu deneyim ve süreç sonunda oluşacak bütünsel algı bilinçli olarak tasarlanabilir mi?

Örneğin bir Telekom operatörünün aday yaklaşırken baz istasyonundan lokasyon verisi alıp sorumlu işe alım yetkilisine adayının yaklaştığını haber vermesi ve bu sayede işe alım yetkilisinin adayı kapının önünde karşıladığını paylaşayım.

Aynı operatör genç kuşak bir adayı daha enerjik bir temaya göre döşenmiş, evrak işlerinin dijitalde yönetildiği bir görüşme odasında, kıdemli bir adayı da daha geleneksel bir temaya göre döşenmiş ve evrak işlerinin fiziksel kâğıt kalemle yürütüldüğü bir görüşme odasında ağırlıyor.

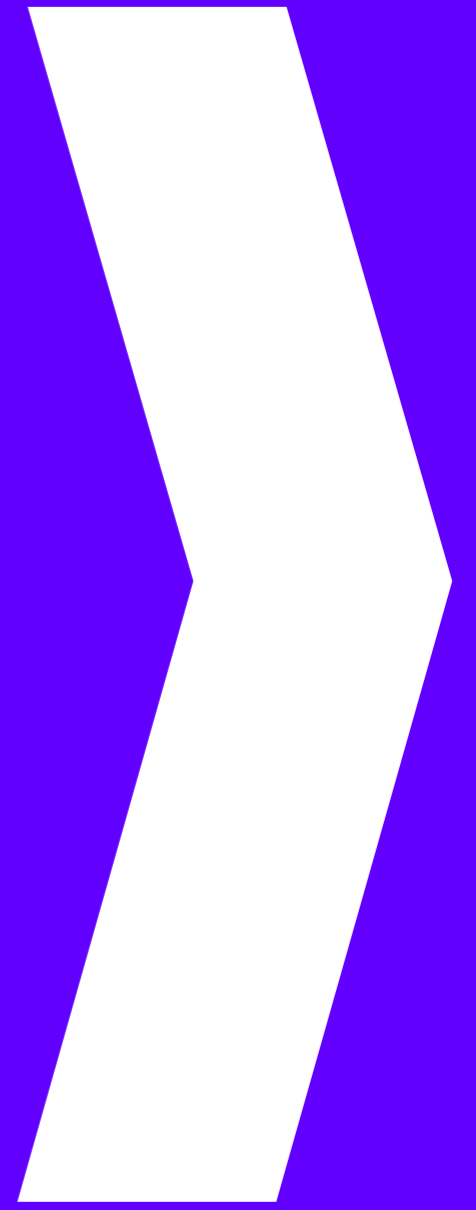
Süreç sonunda da olumsuz değerlendirilen adaylara SMS üzerinden bir kod gönderilerek süreç boyunca ayırdıkları vakit için teşekkür etmek adına arzu ettikleri bir sivil toplum kuruluşuna bağış yapabilmeleri için imkân tanınıyor.

Bu uygulamalar sayesinde süreçten elenen adayların dahi sosyal medyada yaptıkları olumlu paylaşımlar sayesinde bu operatörün işveren markası elbette ki kendiliğinden güçleniyor.

Biraz düşününce ne güzel şeyler mümkün oluyor değil mi?

Çalışan Yaşam Döngüsü:

Uyumlandırma Evresi





İşe alınan adayların en azından deneme süreleri boyunca bir parçası olacağı evre olarak uyumlandırma evresi işe alım evresi ile sinerjik bağı olan bir aşamadır.

İlk gün, yöneticiyle tanışma, ekiple tanışma, şirket bilgisayarının kurulumu, şirket aracının teslim alınması, oryantasyon eğitimleri, yıllık hedeflerin alınması gibi faaliyetlerin tamamı birer etkileşim noktasıdır ve her birisi çalışana bir deneyim yaşatır.

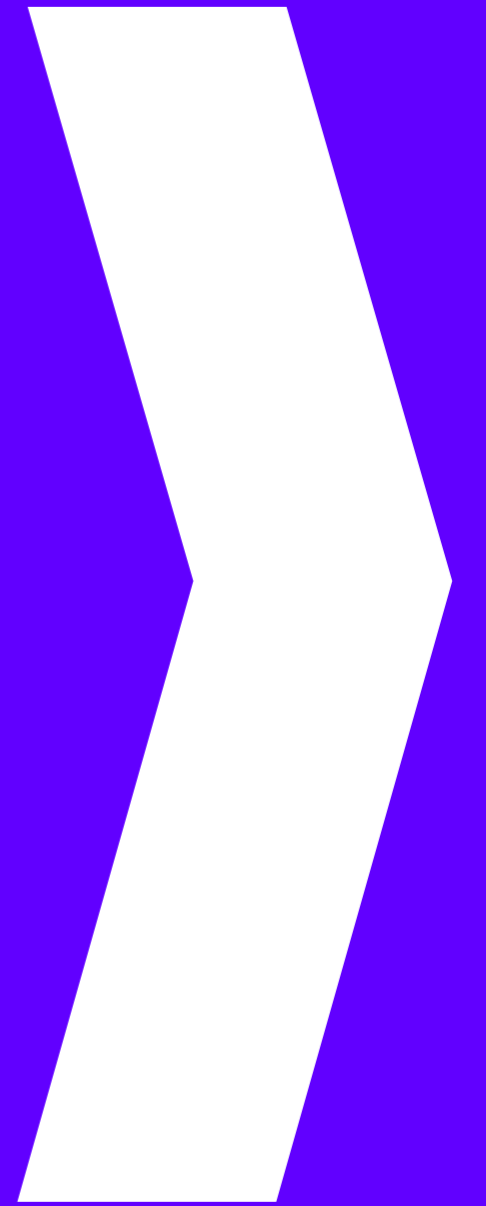
Eğer ilk gün çalışana karşılamaz ve bir hoş geldin bile demeden öylece ortada bırakırsanız, masasını dahi gösteren kimse olmazsa doğal olarak çok da olumlu bir deneyim yaşatmazsınız.

Mesela çalışana sıkıcı, eski yüzlü, bir amaca hizmet etmeyen, birbirinden kopuk oryantasyon eğitimlerine boğmak çok heyecan veren, insanda ilham uyandıran bir deneyim yaşatmaz.

Böyle bir gün geçirip evine dönen çalışanda bıraktığınız bütünsel algı da haliyle pek parlak olmayacaktır.

Çalışan Yaşam Döngüsü:

Geliştirme
Evresi



Uyumlandırması devam etmekte olan çalışanların bir yandan da hem kişisel hem de mesleki olarak gelişimlerine katkı sağlayacak tüm yapılandırılmış eğitim & gelişim faaliyetlerinin yürütüldüğü evre olan geliştirme aşaması çalışan yaşam döngüsünün dördüncü adımıdır.

Bu anlamda tıpkı işe alım ve uyumlandırma arasında olan bağ gibi uyumlandırma ile geliştirme evresi arasında da son derece sinerjik bir ilişki bulunur.

Bu evrede çalışanın girdiği eğitimler, faydalandığı koçluk, mentorluk seansları, yöneticisiyle yaptığı bire bir geri bildirim görüşmeleri, dahil olduğu performans yönetim süreci (gelişim amaçlı yapıldığı varsayılarak) hep birer etkileşim anıdır ve bu anların her birisi de doğal olarak çalışana bir deneyim yaşatır.

Çalışanın işbaşı yaptığı kurumda bu saydıklarımızın hiçbirisini bulamaması da elbette farklı bir deneyim yaratacaktır. Yani bu evredeki etkileşim anlarının olumsuz deneyimler yaşatacak şekilde uygulanması kadar hiç olmamaları da çalışana kültürle ilgili bir mesaj verir.

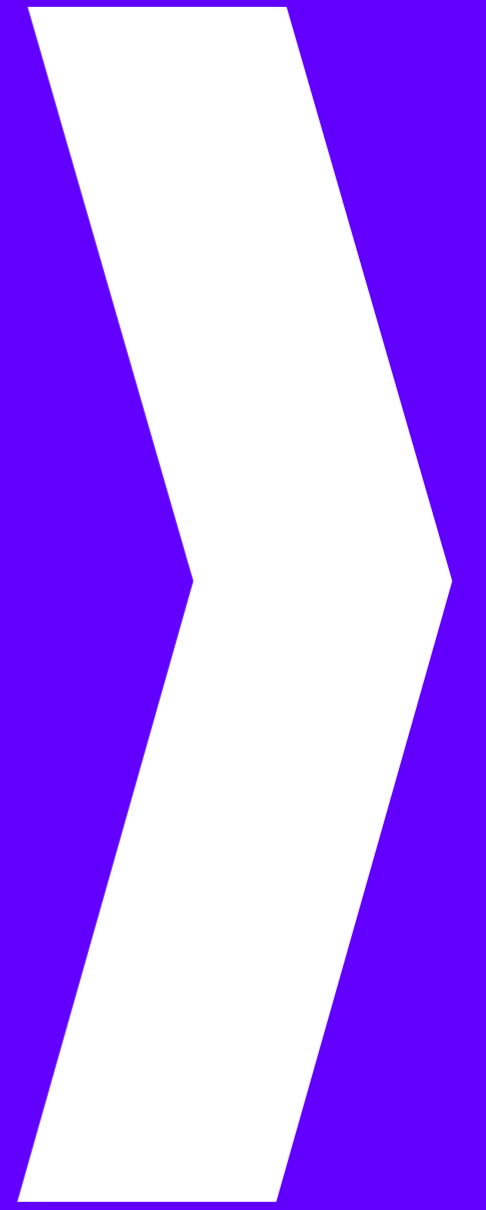
Genelde neredeyse tam bir takvim yılına yayılan gelişim evresi faaliyetleri sonunda çalışan kurumuyla ilgili ya "İyi ki burada çalışıyorum. Burada gelişimim önemseniyor ve bana yatırım yapılıyor, ne kadar şanslıyım!" ya da "Burada önemsenmiyorum. Benden beklenen işleri yerine getirebilmem için desteklenmiyorum, neye ihtiyacım olduğu bile sorulmuyor." diyecektir.

Çalışana yaşatılmak istenen deneyim ve süreç sonunda çalışanda kurumla ilgili yer etmesi beklenen algı önceden düşünülerek son derece yapılandırılmış bir şekilde kolayca çalışılabilir.



Çalışan Yaşam Döngüsü:

Eldede Tutma
Evresi



Elde tutma evresi çalışan yaşam döngüsünün tüm evrelerinin kümülatif olarak ulaşmak istediği nihai sonucu yani verimli, üretken, mutlu ve bağlı bir hale getirdiğimiz çalışana kaybetmeden kurum içerisinde tutabilmek üzere yürütülen faaliyetler bütünü kapsar.

Bu anlamda çalışan yaşam döngüsünün özellikle geliştirme evresi ile oldukça sinerjik olarak çalışmaktadır.

Elde tutma evresi içerisinde çalışanın dahil olduğu yetenek yönetimi görüşmeleri, kariyer yönetimi planlamaları, terfi & atama süreçleri, yedekleme haritaları, maaş ve yan hak artışı iletişimleri hep önemli etkileşim anlarıdır.

Bu anların ne kadar kaliteli kurgularla yürütüldüğü çalışana yaşatılan deneyimin nasıl şekilleneceğine doğrudan etki eder.

İyi düşünülmüş, kullanıcının ihtiyacına göre tasarlanmış kurgular çalışanda şöyle bir hissiyat yaratırken:

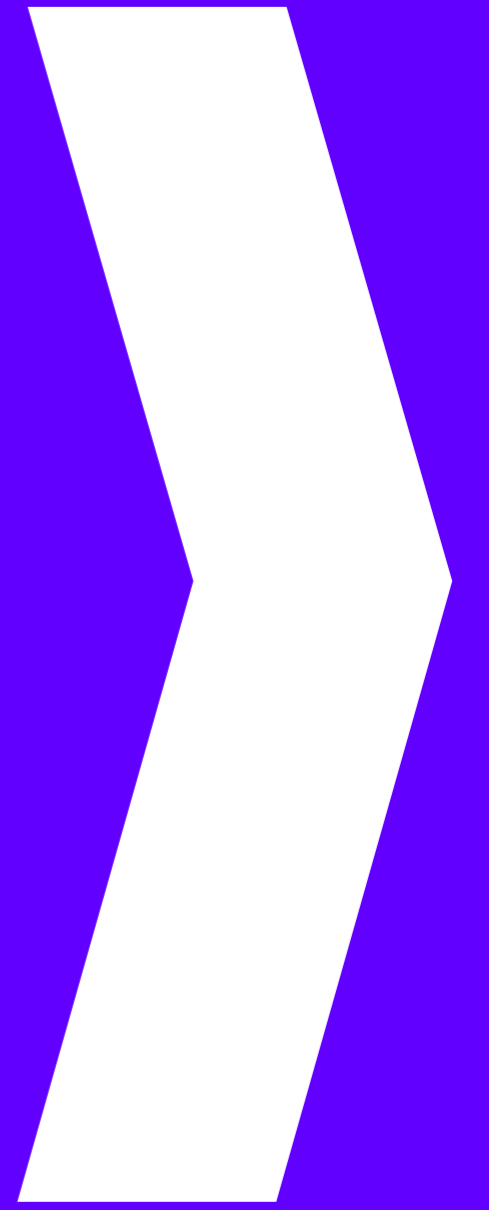
“Burada benim için güzel bir gelecek var! Burada kariyerimi geliştirebilirim, önümü rahatlıkla görebiliyorum. Hem geliyorum hem de emeğimin karşılığını alıyorum!”

Bu evrede alelade tasarlanmış kurgular ya da hiçbir faaliyet sunmamak çalışanda rahatlıkla aşağıdaki gibi bir algı oluşturabilir:

“Ne işim var benim burada? Yaptığım işin karşılığını alamıyorum. Üstelik ne kadar çabalarsam çabalayayım bir yere varamıyorum. En iyisi iş aramaya başlamak.”

Dolayısıyla barındırdığı faaliyetlerin doğası gereği etkisi bir takvim yılından daha geniş sürelerle yayılan bu evrenin çalışanda yaşattığı deneyim ve bütünsel algı çalışanın ya kurumuna bağlı bir çalışan olmasına ya da bir an önce kurumdan ayrılmak isteyen bir sessiz istifacı olmasına sebep olabilir.

Çalışan Yaşam Döngüsü: Ayrılış Evresi





Çalışan yaşam döngüsünün son evresi olan ayrılış aşaması bir şekilde kurumla yolları ayrılan çalışanların pürüzsüz ve sağlıklı bir süreç içerisinde, kurumla ilgili olumlu intibalarla şirketten ayrılmaları için gerekli faaliyetler bütünü oluşturur.

İstifa / iş akdinin sonlandırılması görüşmesi, ihbar süresi, iş devri, son iş günü, çıkış mülakatı ve hatta eski çalışanlardan oluşan alumni toplulukları ile yürütülen iletişim hep bu evredeki önemli etkileşim anlarıdır.

Kurumdan ayrılan çalışanlar eski şirketleri ile ilgili eş, dost ve tanıdıklarına elbette ki iş ortamında yaşadıkları anılarını anlatacak, eski şirketleriyle iş görüşmesine gidecek tanıdıklarına olumlu veya olumsuz görüş bildirecektir. Dolayısıyla eski şirketleri ile ilgili sahip oldukları bütünsel algıdan yola çıkarak ya kurumun işveren markasına olumlu etki bırakacak kültür elçileri olarak ya da işveren markası aleyhinde çalışacak kültür aktivistlerine dönüşeceklerdir.

Bu anlamda ayrılış evresi, çekim evresi ile yarattığı sinerji sayesinde çalışan yaşam döngüsünü gerçek anlamda bir döngü olarak birleştirir.

Çalışan Yaşam Döngüsü: Ayrılış Evresi





Yazımızı sonlandırmadan önce son olarak tüm makale boyunca bahsettiğimiz bu etkileşim anlarını çalışan deneyiminde temas noktaları (touch points) olarak adlandırdığımızdan bahsedelim.

Eğer söz konusu temas noktasında kullanıcıya önceden tasarladığımız şekilde plana uygun bir deneyim yaşatabiliyorsak bu nokta bizim için bir kazanım noktasına (gain point) dönüşüyor. Söz konusu temas noktasındaki deneyim plana aykırı bir şekilde akıyorsa da bu sefer kullanıcı için bir eziyet noktasına (pain point) dönüşüyor.

Deneyim tasarımcıları olarak bizim işimiz de akan deneyimi mümkünse gerçek zamanlı olarak tüm bu temas noktalarında takip edip gerektiğinde yapacağımız zamanında müdahalelerle olası eziyet noktalarını, kazanım noktalarına dönüştürmek.

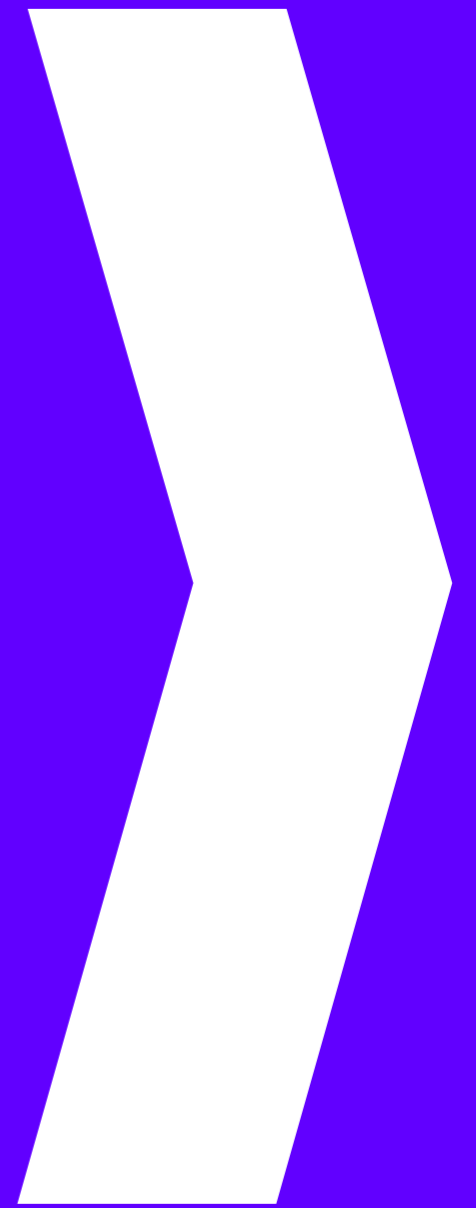
Belki düşük sayılı ve herkesin aynı fiziksel ortamda çalıştığı küçük şirketlerde kurumun önemli bulduğu deneyim akışlarına serpiştirilen bu temas noktalarını çıplak gözle veya Excel, Google Sheets gibi basit uygulamalarla takip etmek mümkün olabilir.

Ancak yüksek çalışan sayısına sahip, hele çalışma ortamları birbirinden farklı coğrafyalara hatta zaman dilimlerine dağılmış, bir de üstüne üstlük hibrit modelde iş yapan şirketlerde anlık olarak akan deneyimi çıplak gözle ve bireysel gayretle ölçümleyip takip etmek mümkün değildir.

Çalışan Deneyiminde

Temas

Noktaları



Yazımızı sonlandırmadan önce son olarak tüm makale boyunca bahsettiğimiz bu etkileşim anlarını çalışan deneyiminde temas noktaları (touch points) olarak adlandırdığımızdan bahsedelim.

Eğer söz konusu temas noktasında kullanıcıya önceden tasarladığımız şekilde plana uygun bir deneyim yaşatabiliyorsak bu nokta bizim için bir kazanım noktasına (gain point) dönüşüyor. Söz konusu temas noktasındaki deneyim plana aykırı bir şekilde akıyorsa da bu sefer kullanıcı için bir eziyet noktasına (pain point) dönüşüyor.

Deneyim tasarımcıları olarak bizim işimiz de akan deneyimi mümkünse gerçek zamanlı olarak tüm bu temas noktalarında takip edip gerektiğinde yapacağımız zamanında müdahalelerle olası eziyet noktalarını, kazanım noktalarına dönüştürmek.

Belki düşük sayılı ve herkesin aynı fiziksel ortamda çalıştığı küçük şirketlerde kurumun önemli bulduğu deneyim akışlarına serpiştirilen bu temas noktalarını çıplak gözle veya Excel, Google Sheets gibi basit uygulamalarla takip etmek mümkün olabilir.

Ancak yüksek çalışan sayısına sahip, hele çalışma ortamları birbirinden farklı coğrafyalara hatta zaman dilimlerine dağılmış, bir de üstüne üstlük hibrit modelde iş yapan şirketlerde anlık olarak akan deneyimi çıplak gözle ve bireysel gayretle ölçümleyip takip etmek mümkün değildir.



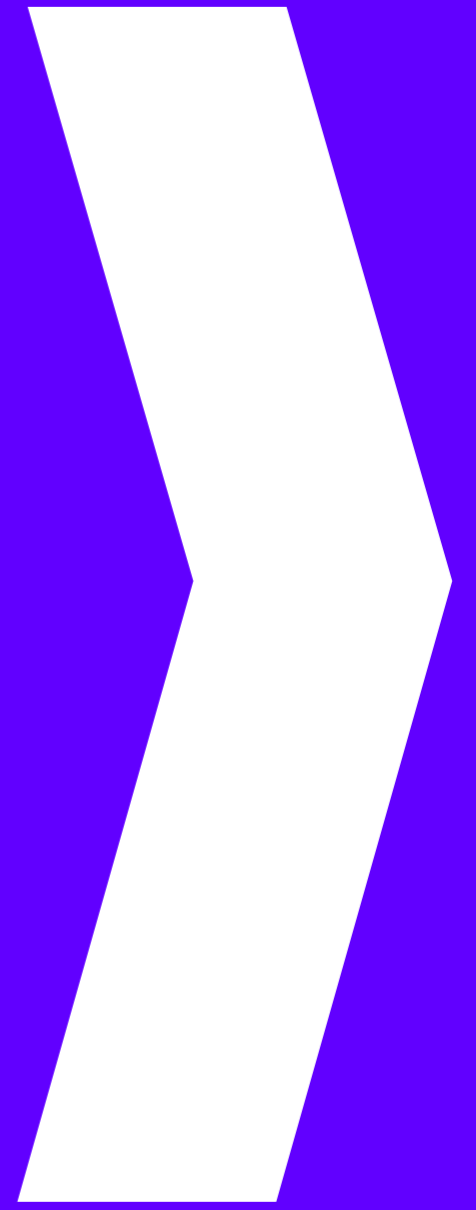
Çalışan Deneyiminde

Temas

Noktası

Haritası

Kullanımı



Temas noktası haritası müşteri deneyiminde sıklıkla kullanılan bir araç. Markanın müşterisi ile hangi kanallarda ve ne şekilde temas edildiğini büyük resimde gözler önüne sermesi açısından oldukça da faydalı.

Temas noktası haritası da tıpkı yolculuk haritası gibi farklı şekillerde yapılabilen, ihtiyaca göre yorumlanabilen bir araç. İsterseniz tüm haritayı sadece belirli bir hizmet akışında kullanıcı ile etkileşime girilen noktaları belirlemek için isterseniz de bir yolculuk esnasında kullanıcıya dokunduğunuz tüm temas noktalarını fiziksel ve dijital mecralardaki ayrımı gösterecek şekilde kurgulayabilirsiniz.

Bu makalede de üzerinde durduğumuz çalışan yaşam döngüsü temelinde örnek bir temas noktası haritasını aşağıdaki şekilde bulabilirsiniz. Bu haritada kurumun çalışanlara kariyerleri boyunca fiziksel ve dijital mecrada ayrıştırılmış şekilde hangi temas noktalarında dokunduğu resmedilmiştir.

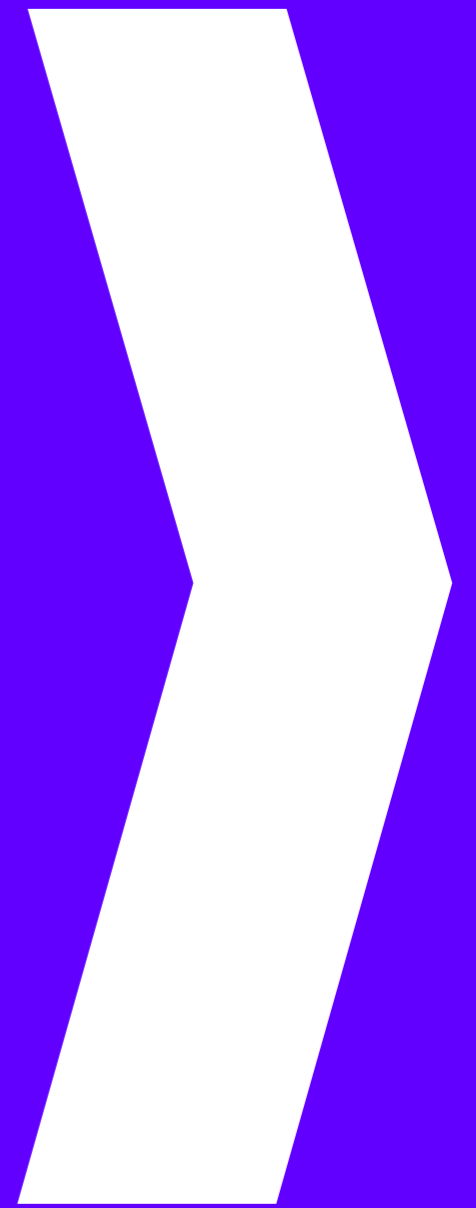


ÇALIŞAN YAŞAM DÖNGÜSÜ TEMAS NOKTASI HARİTASI

ORÇUN İRFAN, 2023

Peki ama tüm bu temas noktalarında akan deneyimi nasıl ölçüp, takip edip, yöneteceğiz?

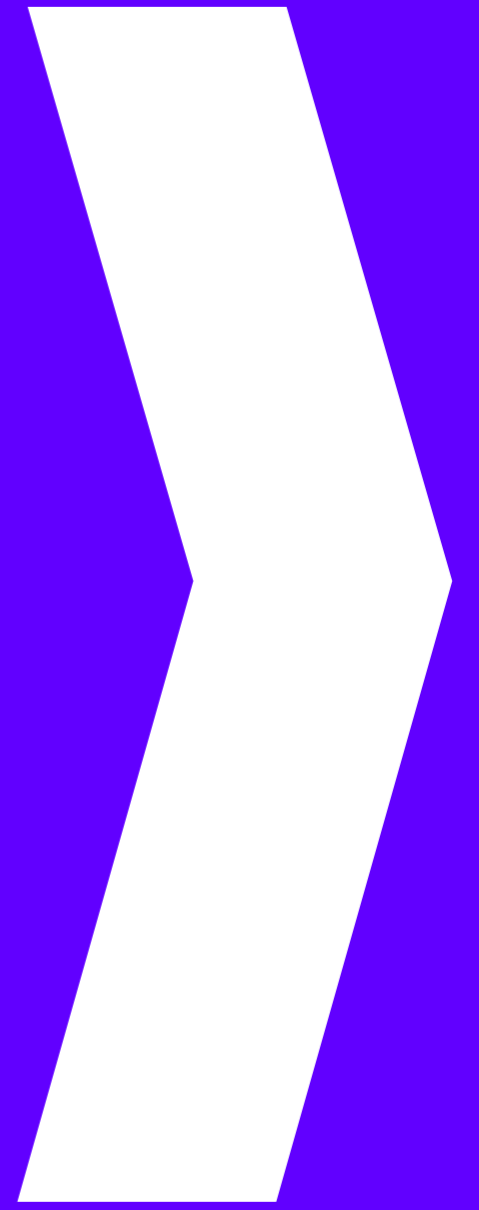
Temas Noktası Yönetimi ve İK Analitiği





Tam da bu noktada çalışan deneyiminin önemli yol arkadaşlarından bir başkası olan İK Analitiği devreye giriyor. Çalışan deneyiminin veriden değer üretmek üzere iş birliği yaptığı analitik disiplinine ve çalışan deneyimi ile İK Analitiği arasındaki müthiş sinerjiye bir sonraki yazımızda ayrıntılı olarak bakacağız.

Pisano EX Size Nasıl Yardımcı Olabilir?



Her zaman söylediğim gibi çalışan deneyimi veri bazlı bir disiplindir. Çalışan deneyiminin tüm potansiyelini açığa çıkarmanın yolu önce çalışanın sesini (Voice of Employee – VoE) mümkün olduğunca fazla kanaldan ve işleri çalışan için kolaylaştıracak şekilde alabilmekten sonra da bu sesi rafine edip ilgili tüm paydaşlar için anlaşılabilir, aksiyon alınabilir hale getirmekten geçiyor.

Pisano EX, İK profesyonelleri ile birlikte geliştirilen tasarımı sayesinde, çalışan yaşam döngüsünün işe alımdan işten ayrılışa kadar kapsadığı 5 evre üzerinde 20 kritik temas noktasını ve 3 anıya dönüşecek anı, hedef kitleye özel önceden hazırlanmış hazır anketlerle ölçümlenebilmesini sağlar. Üstelik bu ölçümleri gerçek zamanlı akan veri üzerinde ölçümler ve sektörde ilk kez kullanılan çalışan yaşam döngüsü skoru (ELC Score) ile raporlar.

Pisano EX ile ilgili daha fazla bilgi almak için Pisano ile hemen şu anda iletişime geçebilirsiniz.

Henüz halen keşfedilmeyi bekleyen genç ama muazzam bir potansiyel barındıran veri bazlı bir disiplin olarak çalışan deneyimi sizin de ilginizi çekiyorsa bir sonraki yazımızda görüşmek üzere!



Pisano

ACADEMY

Havalı bir teknolojiden çok daha fazlası



Demo Talebi

Deneyim Yönetimi Yolculuğunuza Hemen Başlayın

Pisano'nun Tek Platformdan Çok Kanallı Deneyim
Yönetimi Çözümleri ile Dönüşümün İlk Adımını Atın

