



Формуляр

Кандидатура за категория: HR ИНОВАЦИЯ НА ГОДИНАТА

| | |
|-----------------|--|
| Компания | „Екセス Софтуер“ АД/ XS Software JSCo |
| Лице за контакт | Светлана Вълева |
| Позиция | Директор „Човешки потенциал и организационна култура“ (ЧПОК) |

- Моля, опишете мотивацията си да участвате в посочената от вас по-горе категория, както и защо смятате, че заслужавате да спечелите наградата в нея (максимален обем до 1 страница). Ако кандидатурата ви бъде включена сред финалистите за категорията, информацията от тази част от формуляра ще бъде публикувана на уебсайта на проекта.

ПЪТЯТ НА ГЕЙМИФИКАЦИЯТА: HOMO SAPIENS – HOMO FABER – HOMO LUDENS

В бързоразвиващата се съвременна среда на иновациите, ние сме принудени непрекъснато да се променяме. Всеки ден развиваме настоящи или научаваме нови неща. Погледнете в детството си и помислете колко неща са се променили. Еволюционно или революционно, ние се развиваме и това рефлектира в поведението, нагласите, начина на мислене.

HOMO SAPIENS (life-long learning)

Homo sapiens (от лат. “мъдър, знаещ човек”) се отличава с желанието си да разбира и влияе на света около себе си, в търсене на обяснение и начин за използване на природните явления. В контекста на бързи промени, ние сме принудени непрекъснато да **учим за** и да се адаптираме към промените. Генерираме знания.



HOMO FABER (learning-by-doing)

Homo faber (от лат. „работещ, създаващ, творещ човек“) е много повече от акт на творене, Homo faber е акт на създаване в рамките на социален контекст, което цени участието в процеса на творене. В среда на бързи иновации, от пасивното *учим за*, ние преминахме към *учим чрез* използването на самите технологии. Генерираме умения.

HOMO LUDENS (learning-by-playing)

Homo ludens (от лат. „играещ човек“). Концепцията за геймифицираното знание е не само нов модел на придобиване, споделяне и предаване на знания въз основа на игрово мислене и гейм механика, но също така и нова система за *развитие на знанието на индивидуално ниво и споделянето му на организационно ниво*. Хората могат да се изграждат и организират в съответствие с техните специфични интереси: от *учим чрез* към *учим в* дадена симулирана и в същото време желана от тях среда (въображение в мрежата, *networked imagination*). Генерираме компетенции.

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В XS SOFTWARE

От натрупания бизнес опит на компанията и социални изследвания видяхме, че игрите ангажират вниманието не само на израстналите с тях поколения Y, Z, но и на съставляващата преобладаваща част от активната работна сила днес – поколение X.

Чрез геймифициране на отделни ЧР процеси в компанията, ние искаме да стигнем до интегрирана геймификация на дейността на отдел „Човешки потенциал и организационна култура“. Служителят стартира „корпоративната игра“ като започне работа в компанията, след изпитателния му срок се „отключва ниво“, което му дава специални награди за успешно преминал първи етап в играта (право на придобивки в компанията, например право на платен допълнителен годишен отпуск). Съревновава се с колегите си в „leaderboard“, с който се излъчват служители на годината, измерва се представянето спрямо поставени цели, срещу което получава „ресурс“ – парични средства (заплата и бонуси). С участието си в различни обучения, междуекипни проекти и др. придобива умения „skills“, които му помагат да минава на следващи нива (кариерна пътека) в играта. Ротацията в различни отдели за хоризонтално развитие позволява преминаване от една „раса“ в друга в играта и обогатява знанията на служителя, което създава предпоставка за по-бързо минаване на следващо игрово ниво (повишение). Управлението на общности от играчи (екипи от подчинени) позволява развитието на умения за управление на хора и процеси. Ползва „help“ от своите ментори, коучове, партньори „Човешки ресурси“. „Game over“ – играта сама свършва, когато служителят достига топ мениджмънт позиция или служителят сам напуска играта (компанията) с цел други възможности за кариера. Представеният интегриран процес изисква много внимателна настройка на всеки един емелент от процеса на управление и развитие на човешки ресурси.

В момента ЧР функцията на компанията развива различни пилотни проекти в сферата на геймификацията и внимателно изгражда връзки между тях. Геймификацията е приоритет не само на вътрешно-фирмени процеси по управление на човешки ресурси, а на цялостното представяне на ЧР функцията на компанията в обществото, защото вярваме, че прилагането на **геймификацията** и игрови механики към неигрови контекст може да промени поведението на служителя (създаващия човек homo faber), да повиши *ангажираността и мотивацията* му, като стимулира креативността и генерирането на идеи, като подобри процесите на учене и разпространение на знанието, като генерира активни и измерими обратни връзки. **Homo ludens** е нашето средство да се справим с **прегарящата комплексност, безкрайна възможност и постоянна променливост на съвременето**.

- Моля, посочете конкретни факти, подкрепящи вашата кандидатура. Ако кандидатурата ви бъде включена сред финалистите за категорията, информацията от тази част от формуляра ще бъде публикувана на уебсайта на проекта.

ГЕЙМИФИЦИРАНЕ НА ПРИВЛИЧАНЕТО НА ТАЛАНТИ

- **Обяви с елемент на игра-задание** (програмен код, който трябва да се разшифрова, за да се разбере съдържанието на обявата – допълнителен ефект е първоначална селекция по уменията за програмиране на кандидата), приказни (приказка за стажанти) и космически сюжети (обява с текст набор на кадети за космическа мисия за играта „Андромеда 5“) и др. Добавен ефект от този тип подбор е изграждането на работодателска марка (разпознаваемост на бранда), изграждане у кандидата усещане за професионално доверие и разбиране („разговор на общ език“);
- **Игровизация на елементите на центровете за оценка** – тестове, симулации, реални казуси, реалити шоута (реалити интервюта). Примери:
 - подбор на специалист ЧПОК и стажант ЧПОК (тест от професионални казуси, задание да се направят игровизирани обяви за работа за счетоводител и програмист, задание да направят дизайн на интервю за подбор на техния идеален пряк ЧР мениджър, задание за специалиста ЧПОК да проведе интервю за стажант ЧПОК, след изричното съгласие на стажант ЧПОК);
 - подбор на програмисти и гейм дизайнери – състезание в рамките на проект *XS Innovation Garage*, състезание за идея и дизайн на игра, което се превърна в постоянен проект на компанията. Тази година в рамките на *Innovation Garage* се проведе лятна практика за разработка на игри по задание от компанията, в което участие взеха 17 студента от различни ВУЗ-ове в 8 проекта за разработка на игри.
- **Геймифицирана въвеждаща програма** - представяне на всички отдели от съответни ръководители в лична среща с новите служители, част от проекта „Кой кой е“, целящ да заздрави връзката между отделите, като разкрие работата на различните специалисти. По време на тези отворени врати, служителят може да попита мениджмънта за всичко (интегриране на въвеждащата програма с комуникационната политика на компанията за пълна прозрачност). Мениджмънтът на компанията в същото време получава свеж поглед и обратна връзка от несвикнали с компанията странични необременени погледи. Програмата носи девиза „обратно в училище“, тъй като посещенията в отделните отдели се записват в персонални ученически книжки, като на 24 май се обявяват отличниците на специални информационни табла със снимки на първенците 😊
Също така модулът за организационна култура във въвеждащата програма е пречупен през сюжета на „Алиса в страната на чудесата“, където новите служители се запознават в приказна форма с културните особености на поколения X, Y, Z, чиито представители могат да срещнат в компанията като служители или студенти на лятна практика. Това осигурява изграждане на реални очаквания от средата,

стила на комуникация и работа в екип, и стила на мениджмънт в компанията. Последващата адаптация и въвеждане в работата е в ареала на компетенции на супервайзори-специалисти от съответните отдели. В този етап специалистът „Човешки ресурси“ има мониторингова функция чрез въпросници за двете страни: *Happy Sheets*.

ГЕЙМИФИЦИРАНЕ НА РАЗВИТИЕТО НА ТАЛАНТИ

- **www (world wide word)** – геймифицирана общност за изучаване на чужди езици в компанията чрез он-лайн платформа *DuoLingo*. Всяка седмица се излъчва първенец, на база натрупаните точки от упражнения и преминати уроци в платформата. Платформата позволява да се изучават различни езици (английски, френски, италиански, немски и др.) и да се сравняват резултатите на учащите се. Награда за първенеца по успех в групата – самолетен билет с дестинация на изучавания език (в конкретния случай първенецът е с френски език). Обучаващи се - 1/4 от компанията;
- **Headhunters Gang** – геймифицирана общност на „ловци на глави“. Внимателно селектирани ключови служители, обучавани да изграждат и поддържат професионални мрежи от контакти с цел споделяне на знание и подпомагане на процеса по идентифициране и привличане на таланти за вакантни позиции в компанията. За прилагането на различните техники се получават шерифски звезди, с натрупването на които се излъчва първенец на групата. Наградата е курс по конна езда. Обучавани са 1/10 от вътрешните лоялни клиенти на компанията, като част от програмите за индивидуално развитие и развитие и задържане на лоялни служители;
- **Обучение за интервюиращи - интерактивно геймифицирано обучение „Умения за интервюиране“** чрез преживяване на грешката. Обучението се състои от три части – допускане на грешка и анализ, дискусия в група на методиките и спецификите за водене на интервю, follow-up чрез преживяване. Насочено е към мениджъри и специалисти, отговарящи за наемането на нови таланти – обучавани са 1/4 от персонала на компанията;
- **Mag Lab (академия за лидери)** – геймифицирано развитие на умения за управление на хора в подготвяни за мениджъри служители на компанията, чрез управление на различни проекти за летни практики и дипломни разработки на студенти, менторски програми на младши служители в компанията и подбрани курсове от геймифицирани платформи като coursera, Stanford online, EdX, codecademy и др. При повишаване на менториран служител в компанията, при назначаване на студент от практиката и др. се генерират отново точки, за излъчване на първенец. Предвидена награда – атриум (хеликоптерно виждане на „гората, отвъд дърветата“). Обучавани - 1/10 от персонала на компанията;
- **Freemium** – геймифицирани събития за изграждане на екипен дух, тиймбилдинг. Веднъж месечно се организира събитие (картинг, дартс, поход на Витоша, нощ на музеите, залесяване на Витоша и др.). Организира се от различни служители в компанията на доброволни начала. Компанията инвестира времето на служителите си по организацията и свободно работно време в петък (freemium). Стандартният

тиймбилдинг (организиран един или два пъти в годината) е превърнат в често повтарящо се събитие с утвърждаващ се повторителен ефект във времето, иницирано от самите служители. Програмата е интегрирана с проект *Who is who* - обратно в училище. Участията в различните екипни занимания се отразяват в персоналните ученически книжки като похвали, което също се взема предвид, когато на 24 май се обявяват отличниците на специални информационни табла със снимки на първенците 😊

ГЕЙМИФИЦИРАНЕ НА КОРПОРАТИВНАТА СОЦИАЛНА ОТГОВОРНОСТ

- **Развитие на XS Charity Auctions** - геймифицирана общност за благотворителни кампании (обявени като търгове, лотарии и др.). Целта е корпоративната социална отговорност да бъде развита в култура на индивидуална отговорност сред служителите, чрез съвместно финансиране на кампаниите. Примери:
 - кампания за подпомагане на Дом за медицински и специални грижи за деца „Св. Иван Рилски“ – направена под формата на наддаване за скрити в „кутии на късмета“ подаръци;
 - акция за подпомагане на социално слаби семейства, организирана съвместно с Holiday Heroes – направена под формата на наддаване за продуктите, които трябва да се закупят;
 - Координиране на инициативи за опазване на околната среда и здравословен начин на живот – състезание за километрите при идване на работа с велосипед, кампания срещу светлинното замърсяване като наблюдение на Персеиди чрез среднощен тиймбилдинг излет на Витоша и др.
- **Виртуален бизнес ангел - работа (инвестиция на време и знания) със стартиращи компании:**
 - участие с геймифициран казус в проекта на www.jobio.me: “Младите могат”;
 - участие като практически тестер в maj.io.

ГЕЙМИФИЦИРАНЕ НА ИЗГРАЖДАНЕТО НА РАБОТОДАТЕЛСКА МАРКА (вътрешна и външна)

- **Геймифицирана връзка на компанията с университетите** (летни практики за студенти) – 17 студента от различни ВУЗ-ове работеха съвместно по 8 задания за разработка на игри. Настоящият проект е част от дългогодишната *Innovation Garage* инициатива на компанията;
- **Геймифицирана комуникация (вътрешна и външна).** Политика на информационна прозрачност. Примери:
 - тримесечно корпоративно списание *InXS* (предоставяне в интерактивен комикс формат на информация от отделите за постигнати резултати и събития);
 - организиране на годишна конференция на компанията с ежегоден гейм турнир;
 - фирмените профили в социалните мрежи с елементи на геймифицирани съобщения (тийзъри, въпроси и др.) – отразяване на организационната култура и фирмените постижения.



- **Happy HR**

- *XS Happy Cloud* – основаване и управление на facebook група (превърнала се в платформа за споделяне на забавни факти и информация от служителите) за организация на вътрешни събития (част от програмата за повишаване ангажираността на служителите): 1. *XS-ers on Sale* (from St. Valentine to St. Trifon) – търг на преживявания със служители на компанията (Ракета ракия бар, седмица на фрешовете, мусака, седмица на плодовата салата, drink-and-drive и др.). Събраните валентински парични средства финансираха парти за Трифон Зарезан; 2. *XS World Cup Gambling* – наддаване за резултатите по време на световното първенство.
- състезание за чист офис „Точна стрелба на месеца“;
- годишни награди (оскари) на служителите в забавни категории – използва се като поощрение (incentive);
- игрална зала в офиса.

- **Виртуална борса за квалификация** – структуриране на процеса по освобождаване на служители (lay-off/ exit policy). Дефиниране на три етапа: 1. съобщаване от прекия ръководител и специалист „Човешки ресурси“ за решението на компанията и фактологическа обосновка по повод на представянето, бизнес целите и др., 2. разговор със специалист „Човешки ресурси“ в неформална обстановка за местата за подобрение на работата за конкретната позиция, отдел, организационната фирмена култура като цяло, 3. подпомагане за търсене на работа, подготовка на документи за кандидатстване на други места, обучение за поведение по време на интервю, практически занимания. Настоящият процес е част от политиката на компанията за запазване на приятелския и семеен дух, изграден в организацията.