

Секция «Связи с общественностью и теория коммуникации»

Инструменты современного краудсорсинга на примере ОАО «Сбербанк России»

Леонова Вера Вадимовна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: leonova_v@mail.ru

Современный краудсорсинг является инструментом передачи определенных производственных функций неопределенному кругу лиц. Участники деятельного краудсорсингового сообщества имеют общую цель и мотивацию. Их задачей является решить конкретную задачу наиболее выгодным образом.

В основном инструментарий краудсорсинга связан с применением информационных технологий, в частности интернета. Знания и навыки ранее закрытых профессиональных сообществ теперь не ограничены, они становятся доступными всем у кого есть выход в интернет. Краудсорсинг позволяет сотрудникам генерировать идеи совместно с потребителями, подрядчиками и партнерами.

К основным инструментам краудсорсинга мы можем отнести такие коммуникативные веб-инструменты как официальный сайт компании, страница компании в социальных сетях, специально созданный сайт для решения определенных задач.

Наглядным примером являются внутренние и внешние краудсорсинговые проекты ОАО «Сбербанк России». Первым из них служит внутренний проект «Сбербанк 21», проведенный в октябре-ноябре 2011 года, который объединил 120 тысяч участников из 78 стран мира. Инструментами для его реализации послужили сайт банка, социальная сеть «Профессионалы.ру», а так же площадка WikiVote на сайте «Witology». Материалы собранные в ходе проекта легли в основу стратегии ОАО «Сбербанк России» на 2014-2019 года.

Интернет позволил расширить каналы коммуникаций, провести экспертизу новых идей гражданами России. Он позволил облегчить процесс коммуникации, позволил быстро, легко и на постоянной основе привлекать граждан даже из самых удаленных регионов к участию в краудсорсинговом проекте.

В 2012 году банк продолжил проект «Сбербанк 21». Так же были проведены новые масштабные краудсорсинговые проекты с клиентами банка, благодаря которым был получен новый опыт и предложения по улучшению качества услуг банка. Так же в 2012 году технология краудсорсинга внедрилась во внутренние бизнес-процессы. Руководство банка обращается к сообществам при принятии различных управленческих решений, поиске идей, а так же для оптимизации деятельности.

С 2013 года в ОАО «Сбербанк России» действует обязательная краудсорсинговая экспертиза внутренних нормативных документов. Вся документация публикуется на специальном интернет-ресурсе для общественного обсуждения перед утверждением. Благодаря этому улучшается качество документов, повышается удовлетворенность сотрудников руководством, сотрудники принимают личное участие в формировании банковских нормативов.

Своими проектами Сбербанк не просто позиционирует себя, как еще одного гранда мирового бизнеса, уже не первый год активно использующего краудсорсинг. Эти проекты - заявка на мировое технологическое первенство в применении современного краудсорсинга.

Литература

1. Головлева Е.Л., Массовые коммуникации и медиапланирование. М., 2009.
2. Джефф Хау, Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса. М., 2012.
3. Дэвид Филипс, PR в интернете. М., 2004.
4. Dan Bell, The Crowdsourcing Handbook - THE How To on Crowdsourcing, Complete Expert's hints and tips Guide by the leading experts, everything you need to know about Crowdsourcing. 2009.
5. Ross Dawson, Steve Bunghall, Getting Results From Crowds - Second Edition: The definitive guide to using crowdsourcing to grow your business. 2013.