

変化の激しい時代に 従業員体験 (employee eXperience:eX) の創出にどのように取り組むべきか

COVID-19は私たちの考え方、感じ方、行動様式などあらゆるものを変えました。そして、企業が従業員と関わる方法さえも根本的に変えてしまったのです。

しかしこの過渡期には、
新しいチャンスも確かに存在します

このような不確実な時代に成功するためには、従業員体験 (employee eXperience:eX)を、企業のビジネス戦略を実現する重要な要素と位置づけるべきなのです。
従業員体験には以下のような力があります。



組織の目的
とのつながり



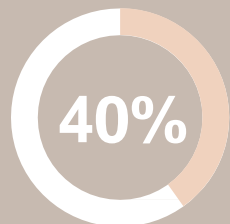
エンゲージメント
の向上



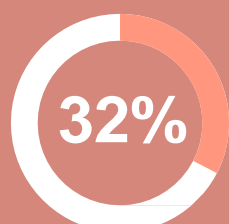
業績への
ポジティブな影響



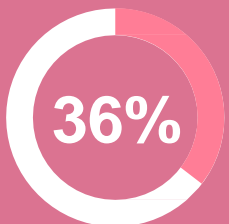
キンセントリックが2020年に実施したGlobal Employee eXperience Researchによると、従業員体験 (employee eXperience:eX) を最大限に活用するためには、多くの企業がアプローチのギャップを解消する必要があることがわかりました。



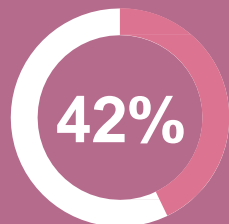
40%の企業が、eX戦略策定、eXの測定ツールの提供について意図的なアプローチを行っています。



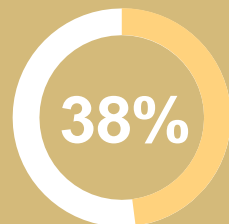
32%の組織が明確に定義されたeX戦略を持っています。



36%の組織は、リーダーが優れたeXを生み出す準備ができていると回答しています。



42%の組織が、将来必要とされる人事能力を有していると回答しています。



38%の組織が、従業員ライフサイクルを通じたeXの全体像を把握するための適切な調査/分析を行っています。

従来の手法を見直してみましょう

戦略



明確な戦略、絶え間ない改善、そして約束を果たすことで、卓越したeXを生み出す。

計画



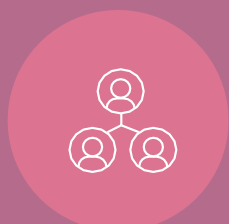
eX戦略の策定に際しては、目的とビジネスの優先度に配慮する。主要な従業員グループと、彼らにとっての重要な瞬間に焦点を当てる。

開発



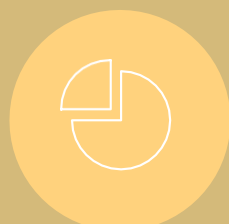
思いやりと自信があり、人とのつながりを大切にしているリーダーを支援、評価、育成する。

運営



パンデミック前のHRオペレーションモデルを再考する。新しい戦略と優先事項を統合的に提供する。

測定



より継続的な対話に移行する。深い理解と明確な行動を引き起こすために、焦点を絞った頻繁な測定を行う。

目に見える成功を収めるために

パンデミック前の調査では、従業員体験 (employee eXperience:eX) を向上させることで、組織のパフォーマンスに有意な差が生じていることがわかりました。

変化を受け入れる

戦略的で差別化されたeXは、より良い結果をもたらします。

+2pt
s

業界平均を上回る
EBITDAマージン

業界平均を下回る
EBITDAマージンは
効果的でないeX戦略のダウン
サイドリスクである

-4pts

企業が新たな環境に適応し、パフォーマンスレベルの回復を目指している中で、従業員体験 (eX) の向上は、その回復スピードを左右する決定的な要因になると考えられます。Kincentric Global Employee eXperience Researchは、2020年5月から6月にかけて、世界42カ国の800人の人事担当者とCEOを対象に実施され、世界の1,000万人の従業員のeXについての洞察を提供しました。

KINCENTRIC

A Spencer Stuart Company

To discuss your talent, leadership, HR and eX challenges, contact Kincentric on contact@kincentric.com or visit kincentric.com