**ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ**

**«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И МЕНЕДЖМЕНТА ТЕХНОЛОГИЙ»**

**БЕЛОРУССКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА**

**Факультет «Высшая школа бизнеса»**

**Кафедра бизнес-администрирования**

**Аннотация к магистерской диссертации**

**DEVELOPMENT OF STAFF ENGAGEMENT PROGRAMME FOR BUILDING A HIGH PERFORMANCE SALES TEAM FOR STROYKA.BY**

БУСЛАВСКАЯ Юлия Анатольевна

Руководитель

Анисимова Елена Анатольевна,

магистр бизнес-администрирования

2015

Магистерская диссертация: 76 страницы, 12 таблицы, 13 рисунки, 31 источники, 5 приложений.

Ключевые слова: ИГРОФИКАЦИЯ, ВОВЛЕЧЕНИЕ, ОТДЕЛ ПРОДАЖ, ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ, ПОКОЛЕНИЕ Y

Цель исследования: Исследовать эффективность применения геймификации в рабочем процесс отдела продаж

Методы исследований: Эмпирические методы такие, как наблюдение и эксперимент

Результат исследования: программы вовлечения сотрудников для построения высокоэффективного отдела продаж

Области использования: в этой работе была оценена и проанализирована эффективность использования элементов игрофикации в отделе продаж. Внедрение игрофикации обусловлено необходимостью повысить вовлеченность специалистов по продажам поколения Y. Компании должны обратить внимание на потенциал игрофикации не только при работе с клиентами, но и в работе с персоналом. Программы с элементами игрофикации гарантируют не только повышение эффективности продаж, вовлечение сотрудников в рабочий процесс, но и интегрирование этих подходов на всю компанию, и все процессы в целом, как способ вовлечения сотрудников, сбор и анализ ключевых показателей и результатов текущих процессов. Это будет полезно для организаций и менеджеров по продажам, которые хотят не только увеличить объем продаж, но и вовлечь специалистов по продаже в рабочий процесс. Этот подход идеально подходит для тех компаний, отдел продаж которых состоит из представителей поколения Y.

**Master Thesis:** 76 pages, 12 tables, 13 figures, 31 sources, 5 appendixes.

**Key Words:** GAMIFICATION, ENGAGEMENT, SALES FORCE, PERFORMANCE, MILLENNIALS OR GENERATION Y

**Purpose of Research:** The purpose of the thesis is to develop and present a gamification framework and investigate what are the effects of implementing gamification on sales department

**Methods of Research:** This question was answered through research methods such as observation and experiment

**Result of Research:** a personnel engagement program with applying game mechanics in a non-game context

**Field of Utilization:** in this work it was evaluated and analyzed sales gamification applications. These application address engagement challenges that many companies face in regards to younger sales reps - Millennials or Generation Y. As gamification shifts from a customer to an employee engagement program, organizations need to consider gamification strategies. Sales Gamification programs provide solutions for the sales process, while universal, enterprise grade gamification platforms can be deployed beyond sales throughout an organization and integrate gamification experiences, engage players, andcollect data across processes. That will be useful for organizations and sales managers thatwant to increase sales and sales reps engagement. If company’s sales force is composed of many millennial sales reps, then this approach is perfect for them.