

失敗しない4つのポイント

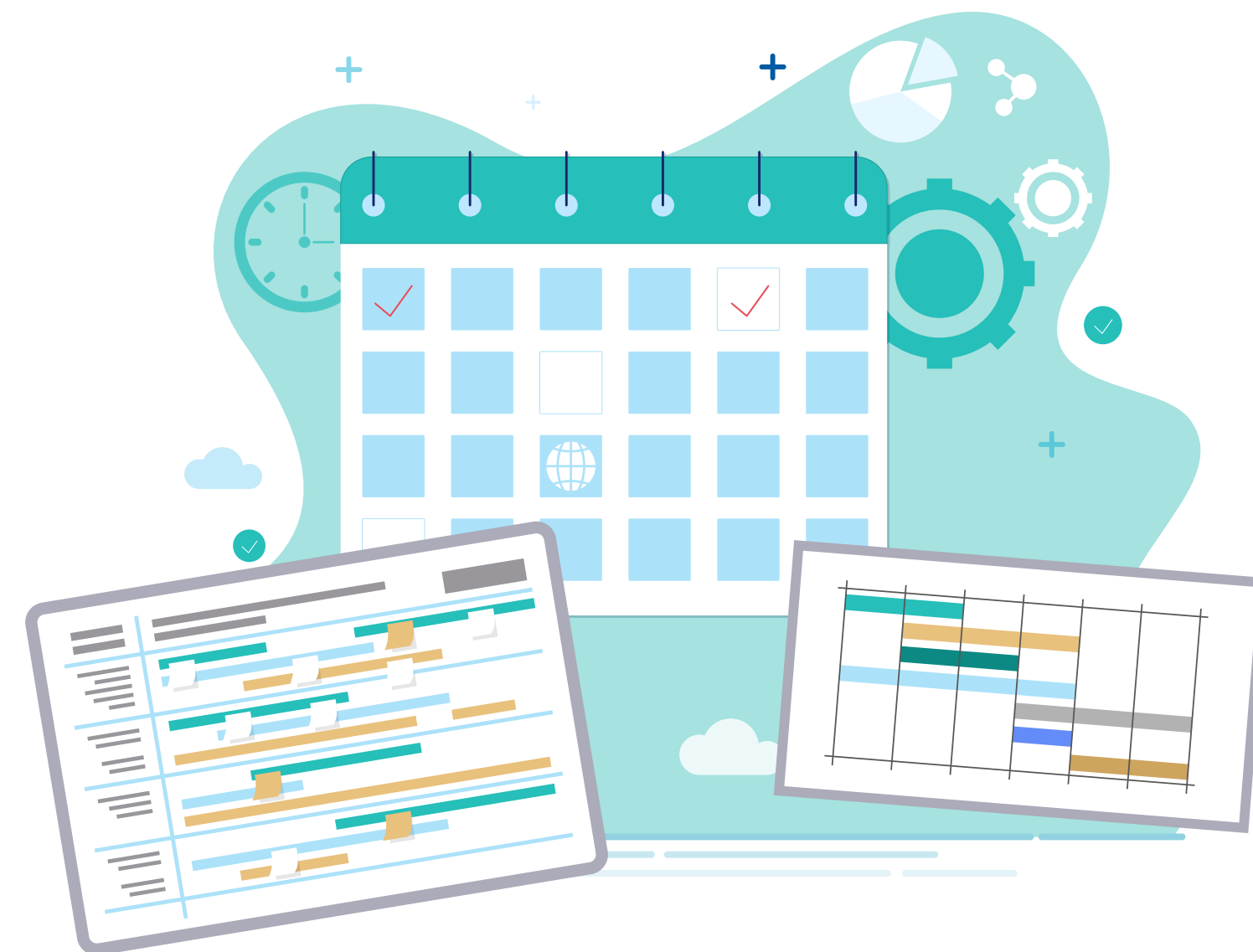
wevox Success Kit

準備編

プロジェクト推進チーム向け

株式会社アトラエ

カスタマーエンゲージメントチーム



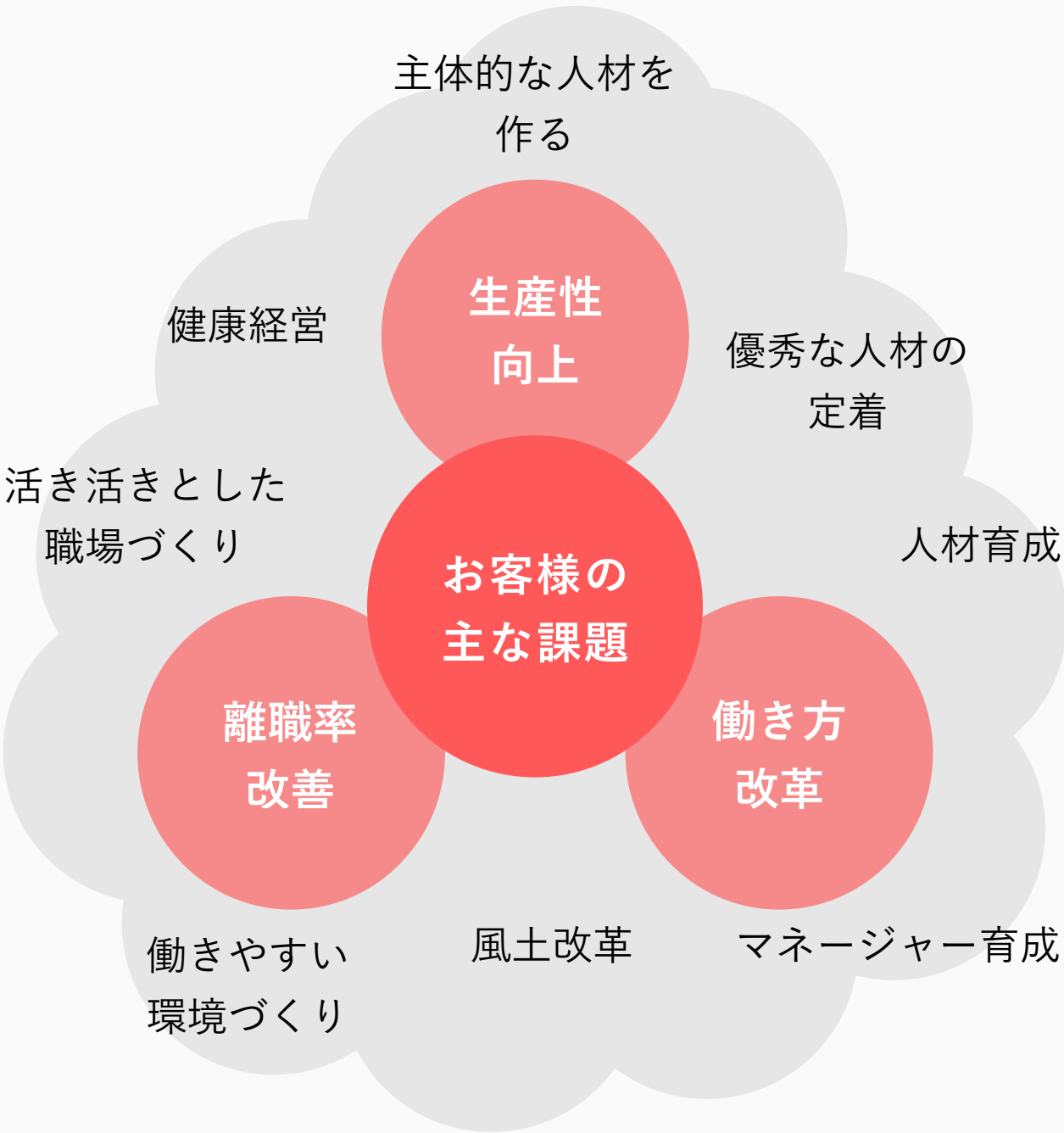
wevoxの目指す姿

wevoxは「**持続的な成果を出したい企業**」を応援しています。



wevoxの提供価値

お客様の人材に関する経営課題をエンゲージメントを使って見える化し、改善サイクルを回しやすくします。



wevox活用の 2 ステップ

活用度



事前準備

ゴール設定・体制作り

エンゲージメントUP

運用のコツ

期間

この資料の提供内容



事前準備

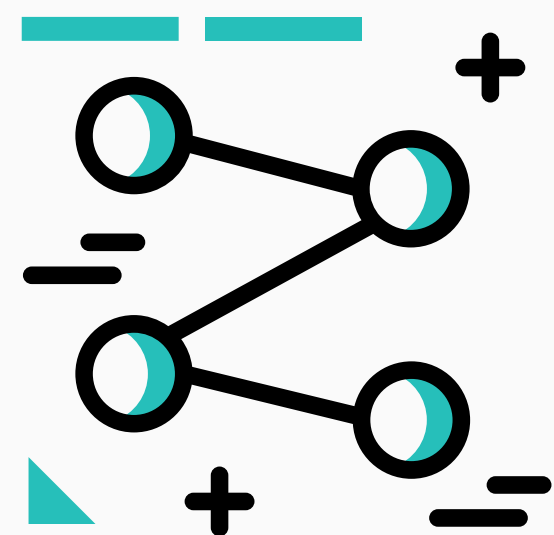
ゴール設定・体制作り



エンゲージメントUP

運用のコツ

4つのポイントを事前準備で抑えることが成功の秘訣



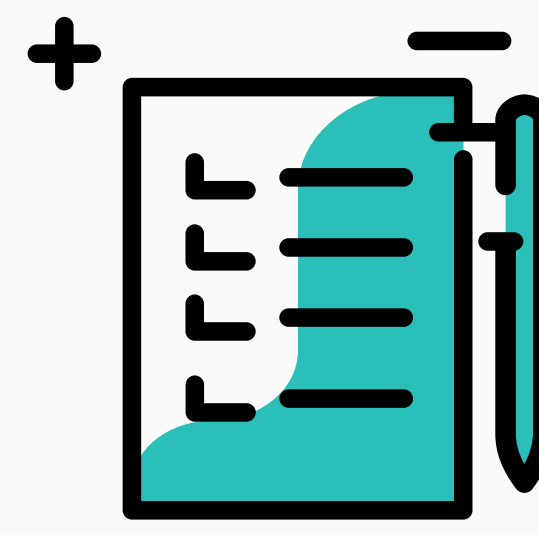
経営戦略との つながりを作る

wevox利用の目的を明確にする。経営指標・戦略と結びつけ、wevoxを活用して追いかける指標を明確にする



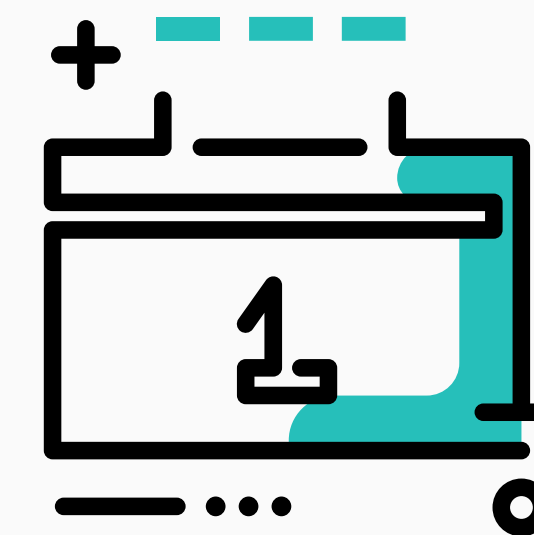
チームを作る

プロジェクト全体の推進と現場のエンゲージメント向上の実践の2つのポイントを押さえられるwevoxの運用における中心的なチームを作る



運用ルールを作る

サーベイの実施サイクル、閲覧の範囲、実名取得か匿名取得かなどの全体の土台となるルールを作る

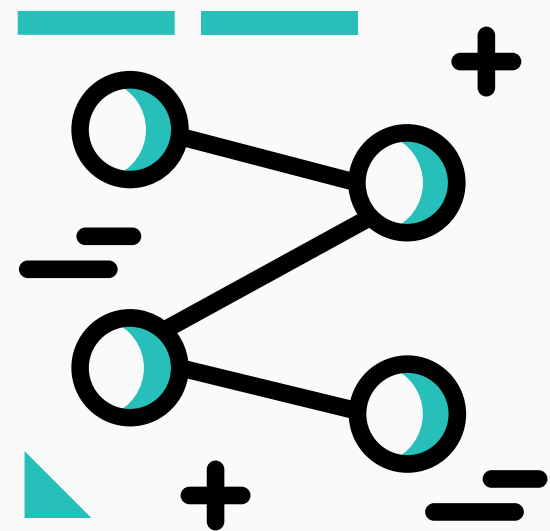


スケジュールを作る

運用開始から3ヶ月のスケジュールを中心に必要なイベントを確認しながら、実際にいつ何をしていくかの運用上のスケジュールを作る

4つのポイントを事前準備で抑える上での陥りがちな罠

陥りがちな4つの罠



経営戦略との
つながりを作る

手段の目的化

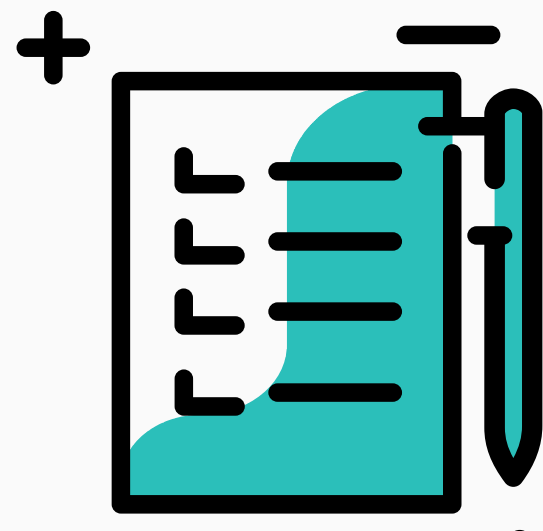
サーベイを取ることが目的になり、経営指標・戦略と紐づかない



チームを作る

実行されない

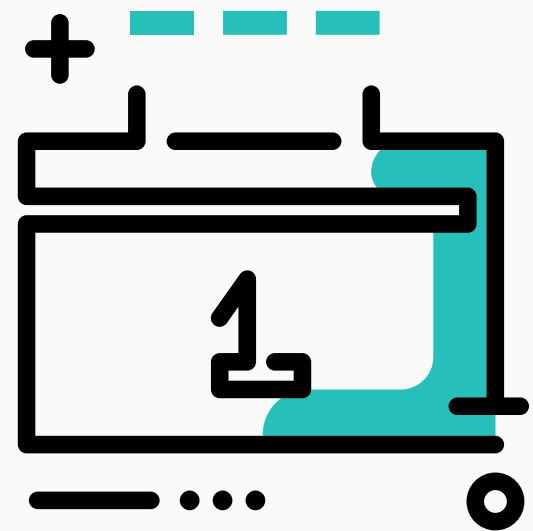
誰がどんな役割で動くのかが曖昧になり、プロジェクトが進まない
中心となるチームを作る



ルールを作る

運用の足並みが揃わない

運用規模が拡大したときにチームでやるべきことが明確にできない



スケジュールを作る

先の見えない運用

いつまでに何を実行する予定かを決めないとその場しのぎの運用に
スケジュールを作る



1

経営戦略とのつながりを作る

なぜ経営戦略とのつながりが重要なのか

経営層と認識を合わせ、プロジェクトを進めやすくなります

経営方針や戦略とズレがないように、経営層と話をして、内容確認をしましょう



経営における戦略や方針、プロジェクトとの関係を明確にし、会社が目指す方向性とずれないようにするため



プロジェクトの成功可否や軌道修正の判断をしやすくするため



経営と認識のあったレポート作成ができるため、現場に対して信頼感のある報告共有を行うことができる

実際に起きた失敗事例

経営戦略とのつながりを作らないことでこのようなことが起きます



経営層とのズレ

経営層に報告すると、「何のためにやっているのか?」「経営の優先順位と合っているのか?」ということを問われ、担当者が回答に困りプロジェクトが難航します



プロジェクトの可否判断ができない

「プロジェクトは順調なのか? 順調でないのか?」がわからなくなり、何のためプロジェクトを開始したかを見失い、失敗



現場からの声に答えられず、不信感を醸成

明確な優先順位をつけることができなくなり、現場からのリクエストにこたえられず、サーベイだけとり、何も改善できないということに

経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

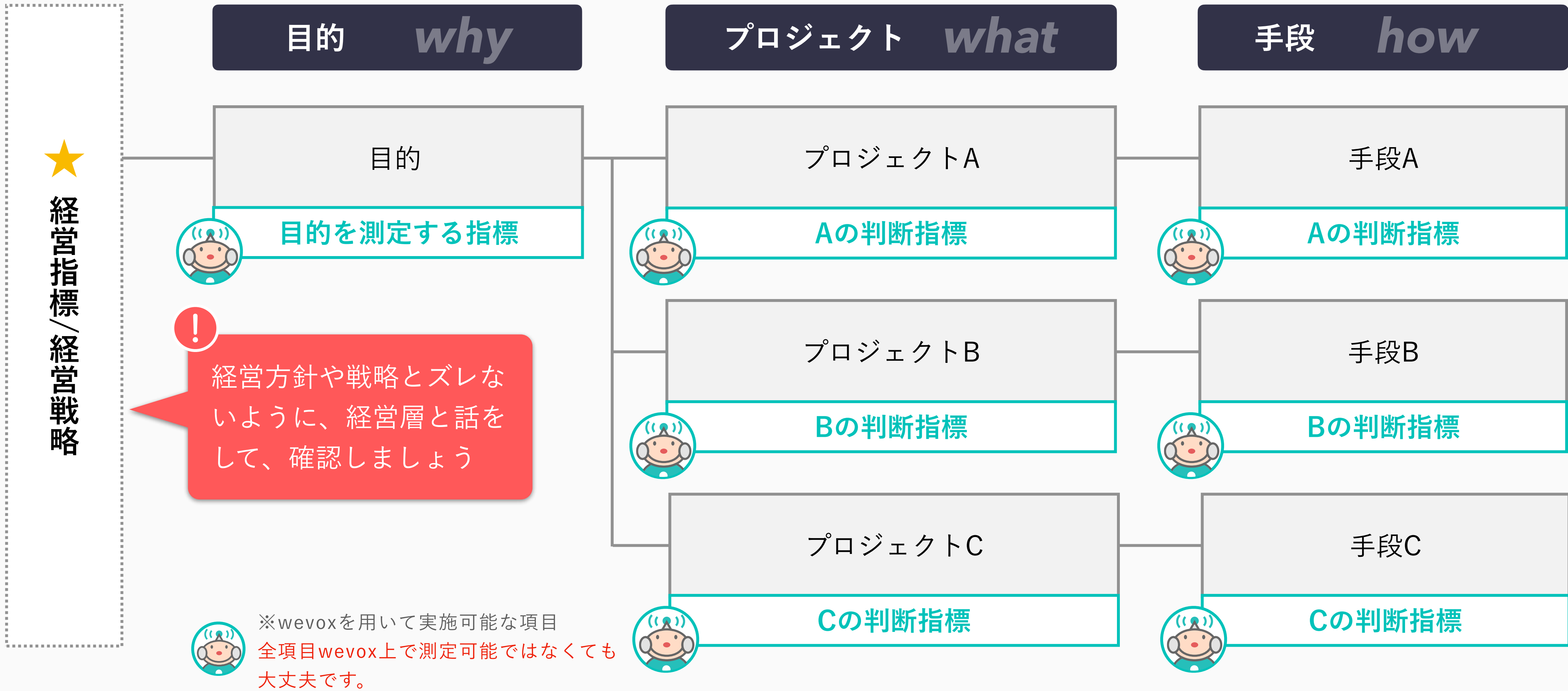
経営戦略の中での取組みの効果測定の土台としてwevoxを活用するためにも、プロジェクトのwhy,what,howを決めましょう

各項目の説明

項目名	概要	例
why 目的	最終的に達成したい使命。経営的な観点や人事戦略から落ちてきているものやそれに類するものがふさわしい	生産性の高いチームを作る
what プロジェクト	目的を達成するために行うプロジェクト	- 主体性のある社員を増やす - 労働時間の短縮 - 業務内容の見直し
how 手段	プロジェクトを成功させるための具体的な方法	- 研修プログラムへの参加 - 残業時間規制 - 業務の棚卸しと権限移譲
wevox 	各項目の効果測定や改善活動に活用する	- エンゲージメントの状態把握 - 組織課題の仮説検証 - 各チーム毎の改善施策検討

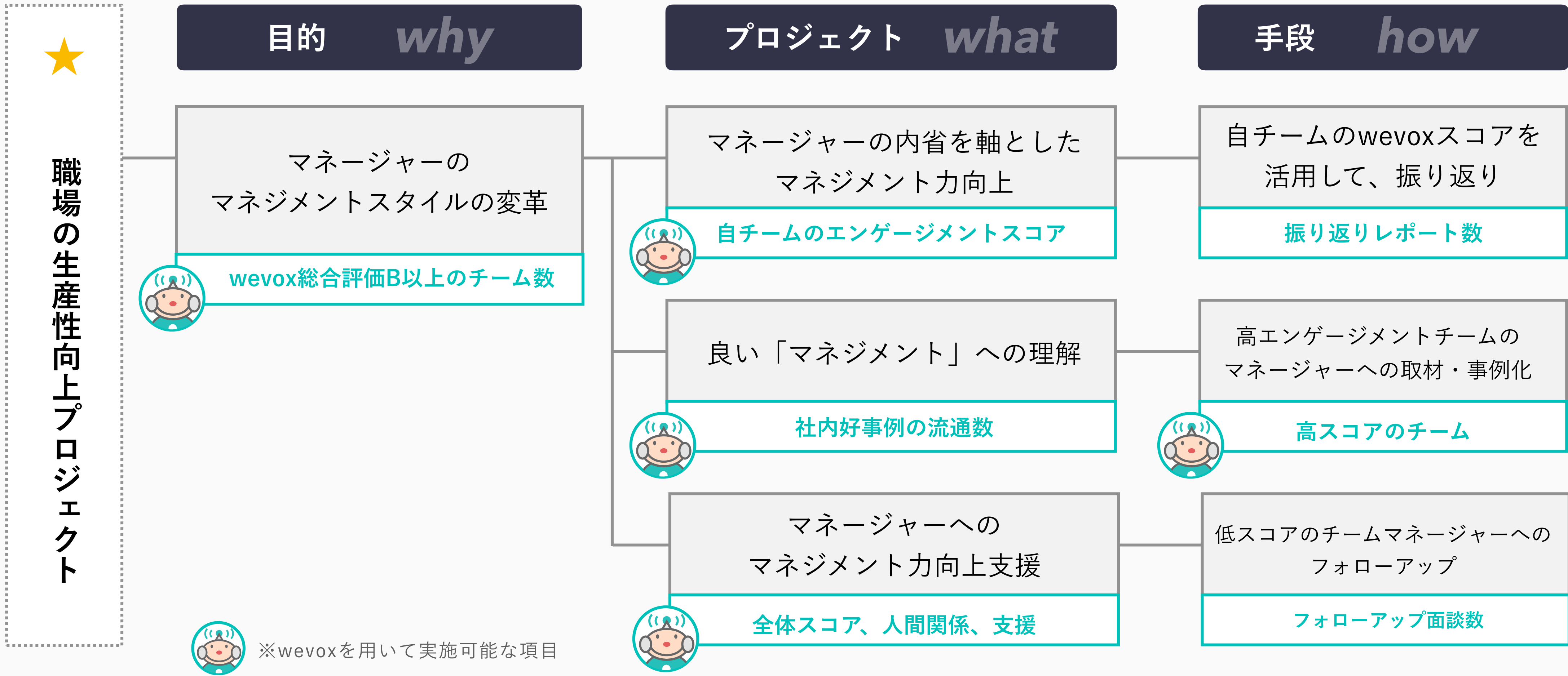
経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

各項目の位置関係



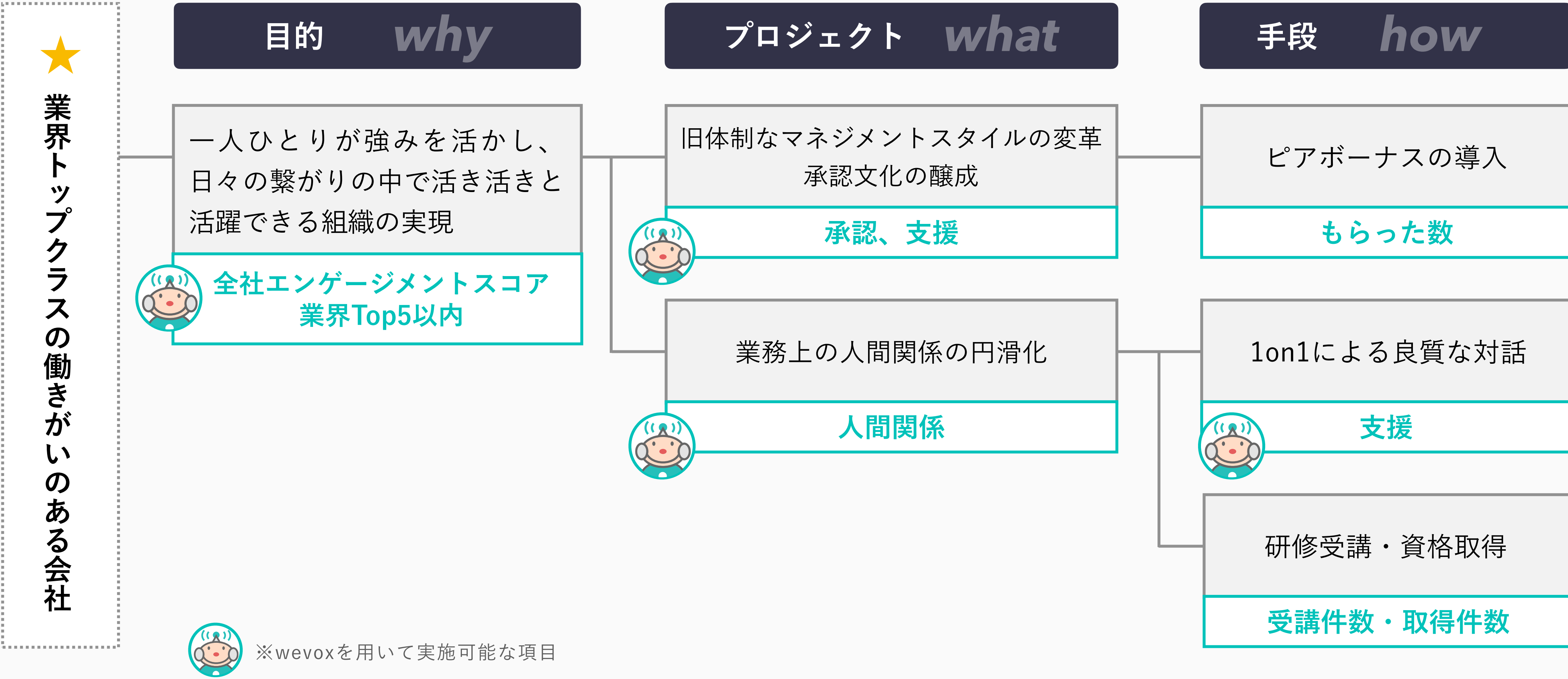
経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

各項目の位置関係



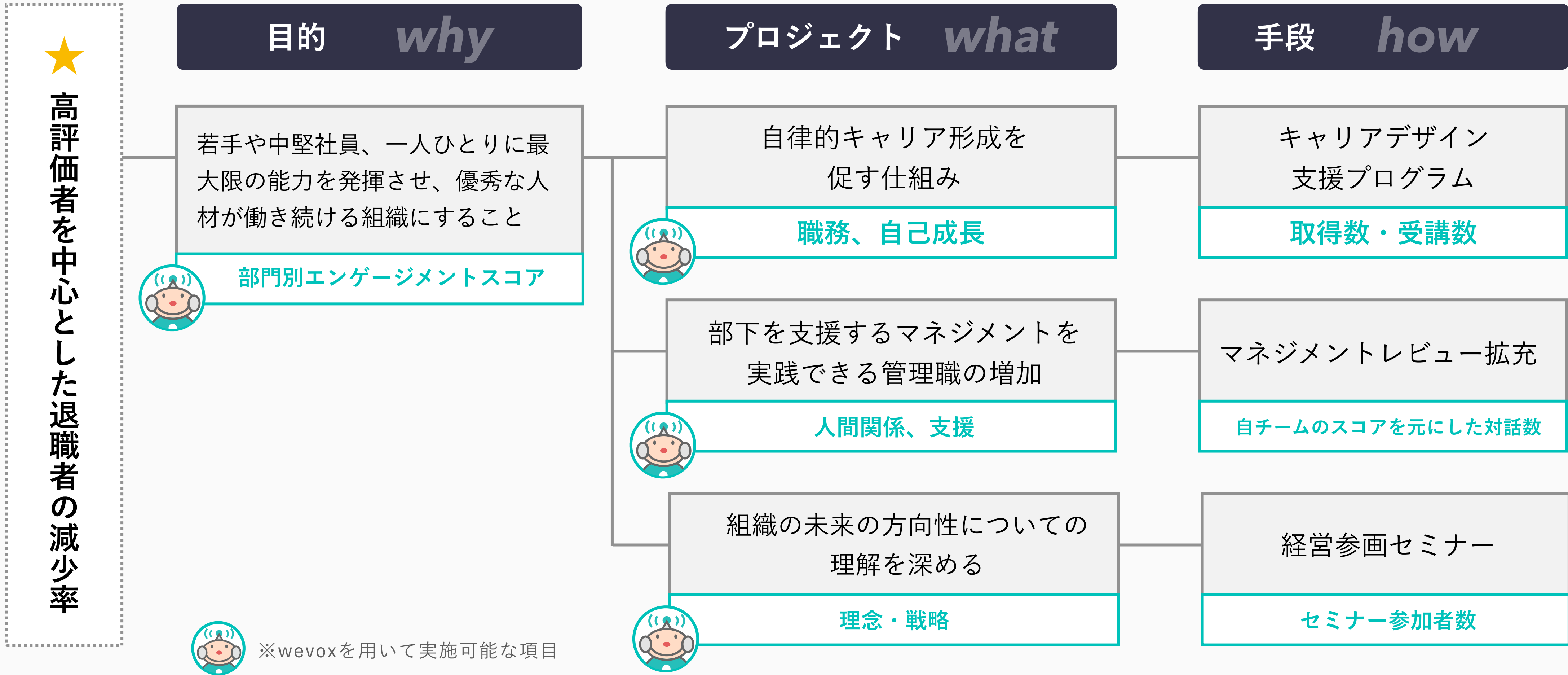
経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

各項目の位置関係



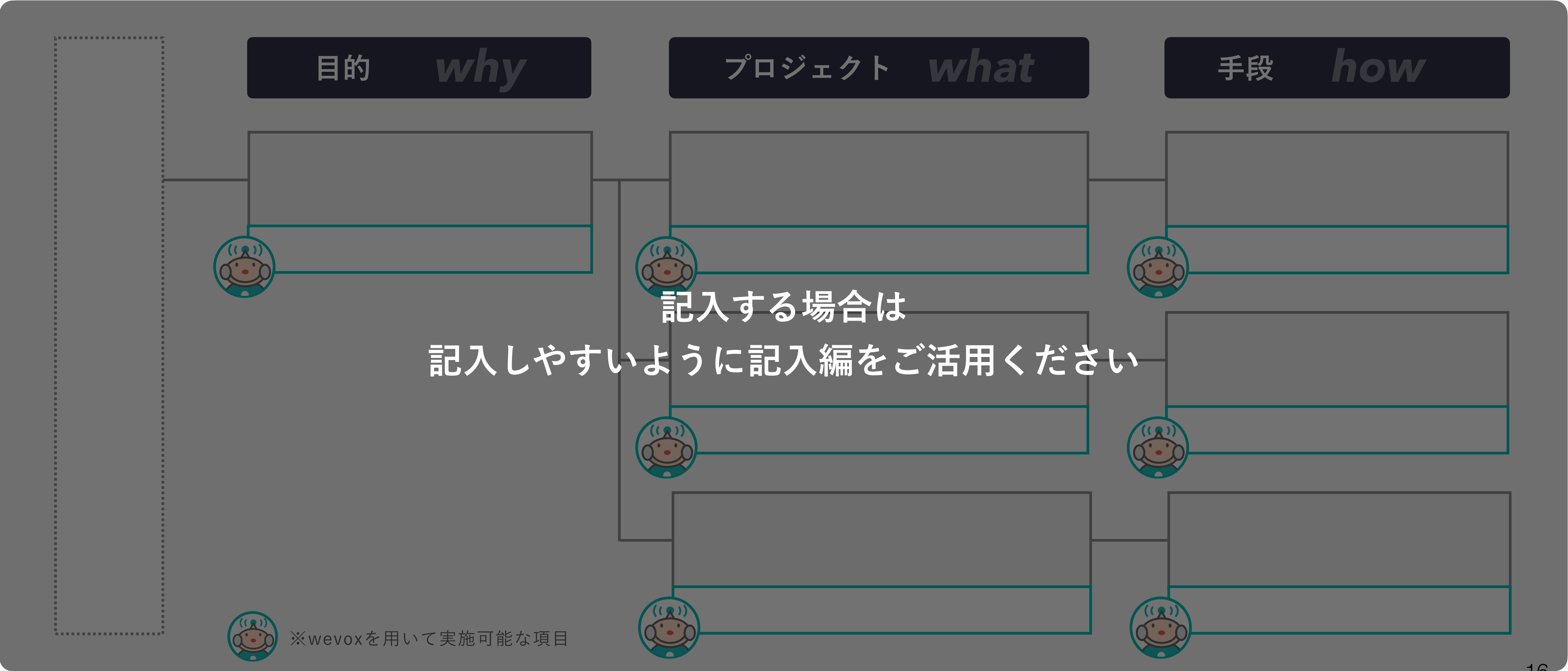
経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

各項目の位置関係



経営戦略とのつながりを作る上で重要な3つのポイント

各項目の位置関係



経営戦略とのつながりを作る上で、よくある質問と回答

ゴールはwevoxを活用することを土台に、組織のエンゲージメントを上げる取り組みをより良くするために作成するものです。何のためにゴールを作るのかを意識しながら作成しましょう。

よくある質問	回答
各項目を「完璧に」「すべて」記入しないといけないか？	はじめから完璧に完成されている必要はありません。また一度決まったとしても、活用をしていく中で内容が変わっても問題はありません。
1プロジェクトに対しての「手段(HOW)」は1つか？	もちろん、数や粒度は自由です。プロジェクトが1つの場合も複数の場合もありますし、手段が1つの場合も複数の場合もあります。こちらの記入シートに必ずしもすべてを記載する必要はありませんが、取り組みの中で時々立ち返り、全体像を見失わない程度に記載をしましょう。
各項目を評価するための指標は、wevoxのスコアのみか？	wevox以外の項目でも問題はありません。行動指標や定性的な指標を設定して頂いても構いません。各項目の成果・進捗を測定できる指標であれば、こういった指標でも大丈夫です。

参考資料：wevoxの各項目とその説明（仕事に関わる項目編）

wevoxのキードライバーと小項目の説明です。評価軸として使うときの参考にしましょう。

キードライバー	小項目	小項目の内容
 職務	やりがい	職務内容にやりがいを感じられているか
	裁量	職務を遂行する上で必要な裁量を与えられているか
 自己成長	達成感	達成感を得られているか
	成長機会	能力やスキルを高められているか
 健康	仕事量	自分に任せられている仕事量は適切か
	ストレス反応	頭が重い、イライラする等のストレス反応がでていないか
 支援	職務上の支援	職務を遂行する上で必要なサポートがあるか
	自己成長への支援	自身の成長の手助けをしてくれているか
	使命や目標の明示	部署やグループのミッションや目標をわかりやすく伝えているか
	同僚からの困難時の支援	自分が困っているときに、同僚は助けてくれるか
 人間関係	上司との関係	上司とは良好な関係が築けているか
	仕事仲間との関係	同僚とは良好な関係が築けているか
 承認	発言・意見に対する承認	周囲が自分の意見や発言を聞いてくれているか
	成果に対する承認	上司や同僚から、成果を認められたり、褒められたりしているか
	評価への納得	成果や貢献に見合った評価がされているか

参考資料：wevoxの各項目とその説明（組織に関わる項目編）

wevoxのキードライバーと小項目の説明です。評価軸として使うときの参考にしましょう。

キードライバー	小項目	小項目の内容
 理念戦略	ミッション・ビジョンへの共感	会社の企業理念・経営理念に共感しているか
	会社の方針や事業戦略への納得感	会社の方針・戦略に納得できているか
	事業やサービスへの誇り	自社で展開する事業やサービスに誇りを感じているか
	経営陣に対する信頼	経営陣を信頼しているか
 組織風土	キャリア機会の提供	意欲的であれば、会社がチャンスを与えてくれているか
	挑戦する風土	失敗したこと以上に、挑戦したことを讃えられる会社か
	部署間での協力	目標を達成する上で、他部署は協力的であるか
	称賛への妥当性	社内で誰かが称賛されたとき、適切であると感じているか
 環境	職場環境への満足度	働きやすい職場環境か
	ワークライフバランス	必要に応じてライフスタイルにあった働き方ができるか
	給与への納得感	働きに見合った給与・ボーナスが支払われていると感じているか



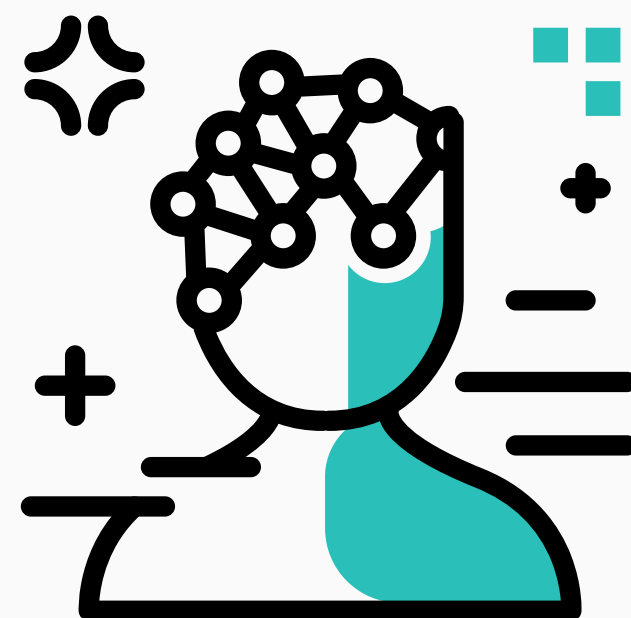
2

チームを作る

なぜチームが重要なのか



責任者を明確にすることで、実行におけるスピードを早くするため



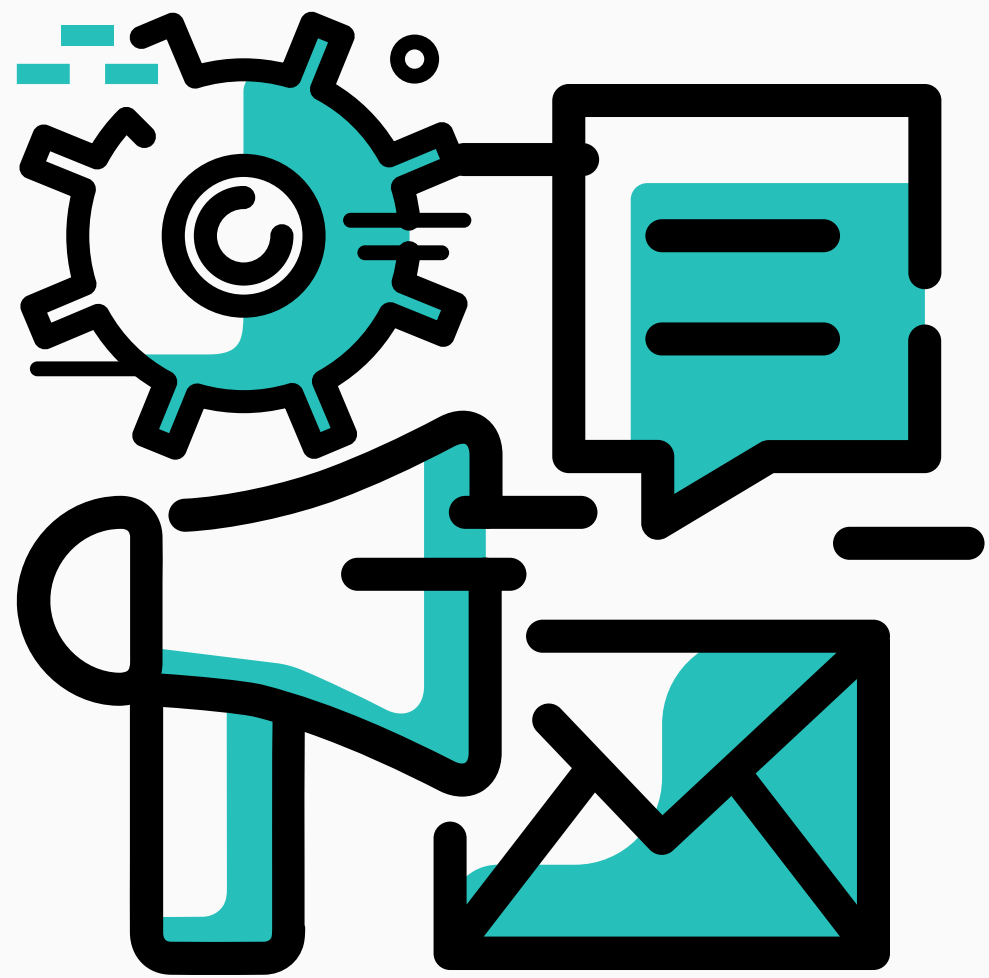
プロジェクトの中心メンバーや現場の中心メンバーに知識を集約することで、ノウハウを有効活用するため



現場社員（回答者）に対して本プロジェクトの意義を伝えたり、プロジェクトを効果的に進めるため

チームづくりにおける2つの重要なポイント

wevoxを活用した、エンゲージメントを高める組織づくりを行うにあたって2つのポイントを抑えたチームづくりが必要になってきます。



プロジェクト全体の推進

全体の運用、設計、活用の
ハブ的な取り組み



現場でのエンゲージメント 向上サイクルの実践

各現場でのエンゲージメン
ト向上への取り組み

ポイントを抑えたチームの構成

「プロジェクト全体の推進」と「現場でのエンゲージメント向上サイクルの実践」の2つのポイントを抑えたチーム構成の場合、運用規模によって目的に応じたチームを分けることを推奨しております



プロジェクト推進チーム

wevoxに関連するプロジェクトを進めていく中心となるメンバー。全体の運用、設計、活用のハブ的な役割をする。

※運用規模が100名満たない場合は推進チームが現場を巻き込むことも想定されます。

100名以上で
wevox活用の
企業様推奨



アンバサダーチーム

現場における中心人物。プロジェクト推進チームと連携を取りながら、各現場でのエンゲージメント向上への取り組みにメンバーを巻き込んでいく役割を担う。

運用規模に応じたチーム構成の例

人数が少ない場合には、プロジェクト推進チームが両方の役割を担うことができますが、人数が増加に伴い、各現場でのエンゲージメント向上サイクルの実践を実現できるように適切なチーム体制を構成することが必要となります

運用規模 (※人数は目安)	プロジェクトの推進	現場でのエンゲージメント向上サイクルの実践
数十名程度	←プロジェクト推進チーム→	
100名程度	プロジェクト推進チーム	アンバサダーチーム 必要に応じてリーダーを設置 リーダー アンバサダー アンバサダー
数百名～	プロジェクト推進チーム	アンバサダーチーム × 必要数 必要に応じてリーダーを設置 リーダー アンバサダー アンバサダー

推進チームの具体的な役割

プロジェクトリーダー

- 各拠点のエンゲージメント向上サイクルの実施状況やスコアの変動状況の全体を取りまとめ
- 目的の達成のために、アトラエ社のwevoxチームと適宜連携
- プロジェクト責任者(経営)へのレポート

各拠点のフォロー

- 各拠点の運用状況の定期的確認と必要に応じた支援
- 各拠点の情報収集や好事例、失敗事例の社内展開
- wevoxに関する現場からの問い合わせ、ヘルプ対応

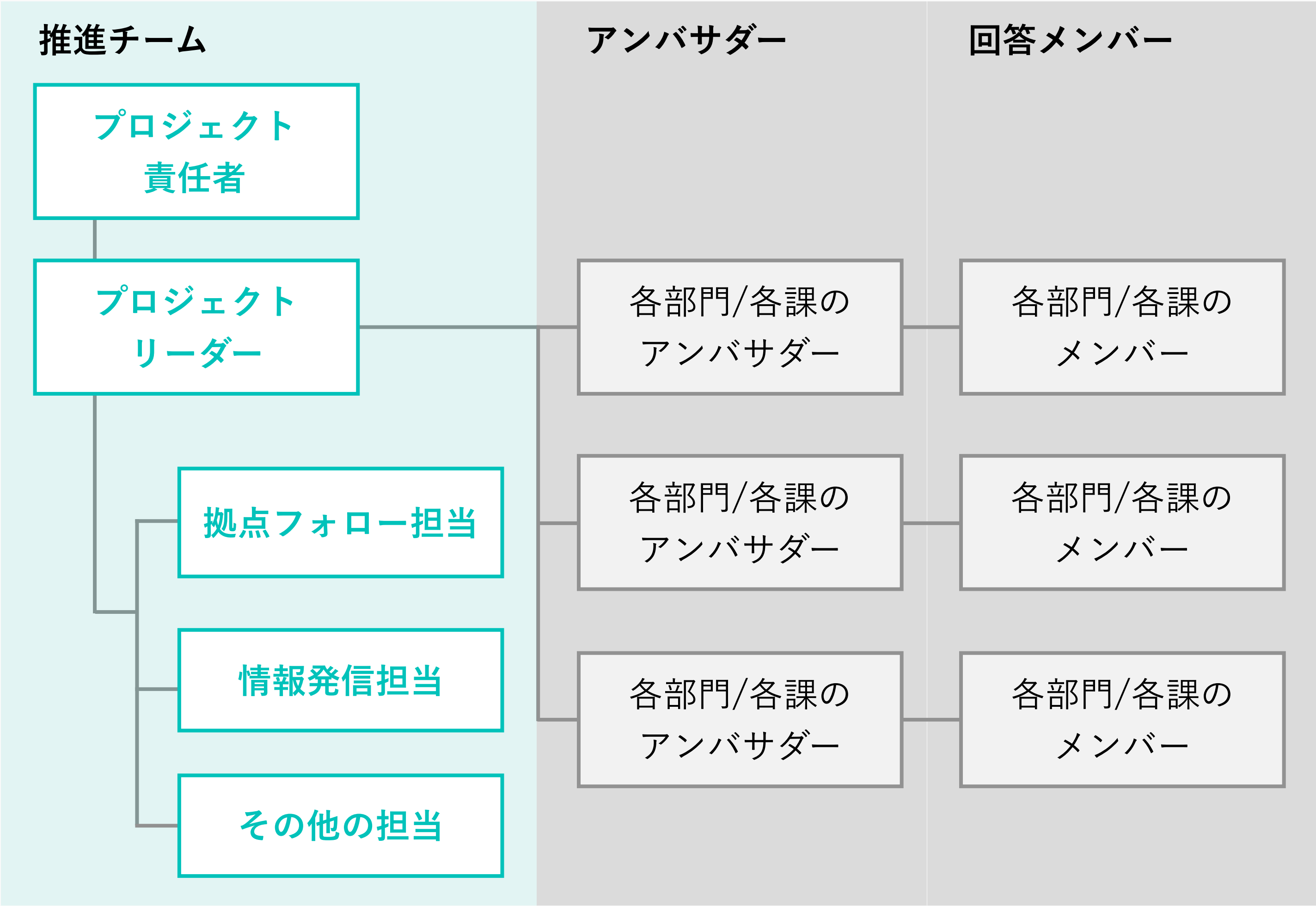
組織への情報還元

- 経営層へのレポート、必要なアクション提案、経営陣への連携
- 本取り組みに関する社内外的な広報

その他(データ分析、研修・制度等)の連携

- 必要に応じて、各種人事データとwevoxデータの分析
- 必要に応じて、各階層に対して研修、制度設計、制度改修の実施、監修

チーム体制の例



チーム体制の確定



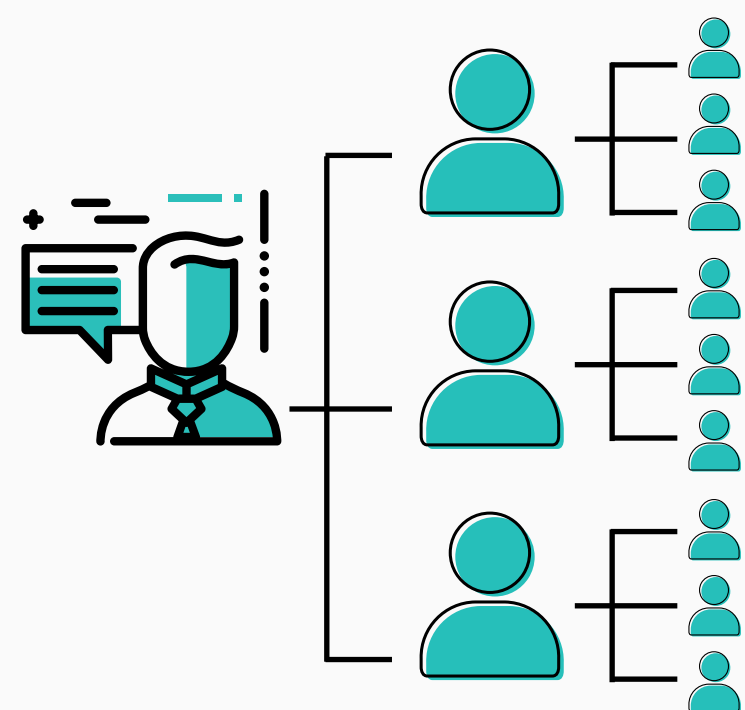
100名以上で
wevox活用の
企業様推奨

※アンバサダーチームの役割を推進
チームが担う場合には、本章の「要素
部分」をご理解の上、プロジェクトを
推進しましょう



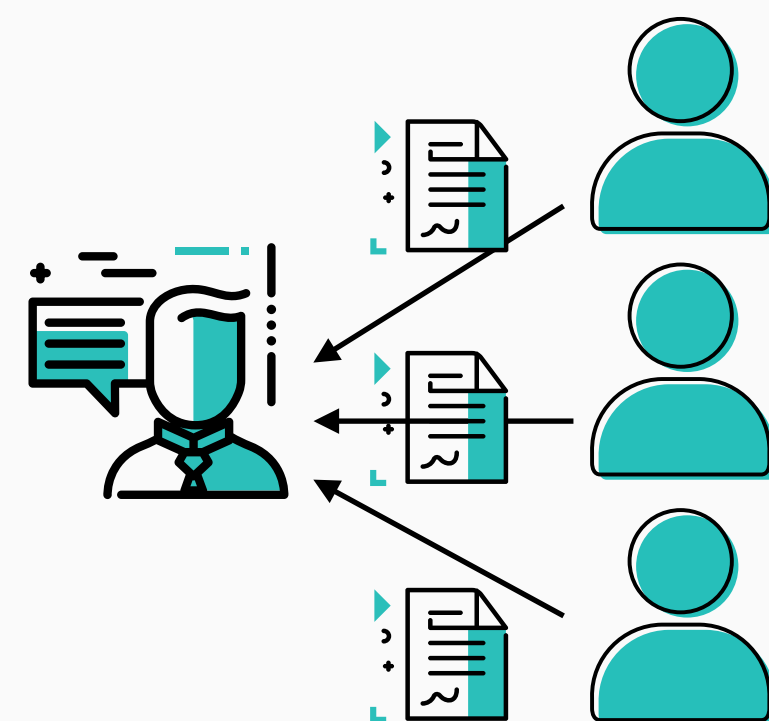
2.5 アンバサダーチームを活性化

アンバサダーチームを作る際の4つのポイント



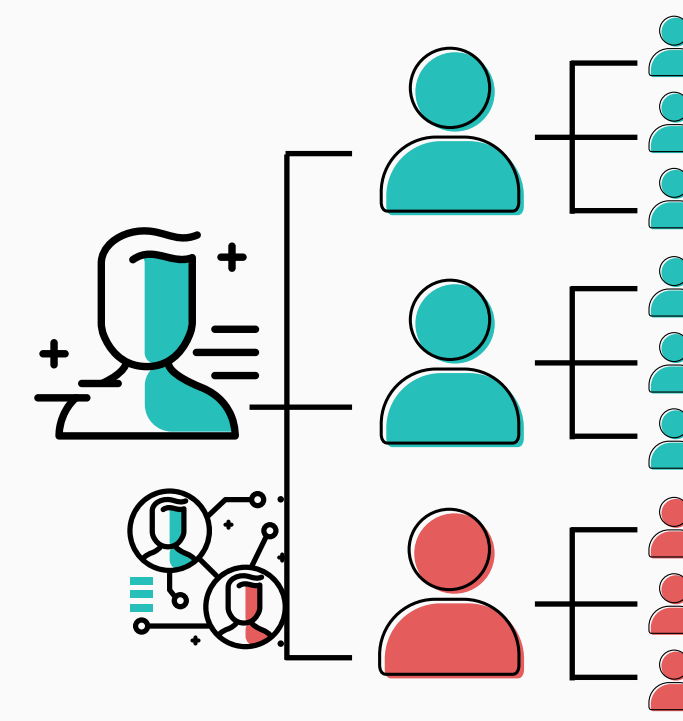
アンバサダー体制の確立

現場での動きを加速させるため、現場で中心となるアンバサダーの役割を担える人物を選出し、必要な人数を任命することが重要



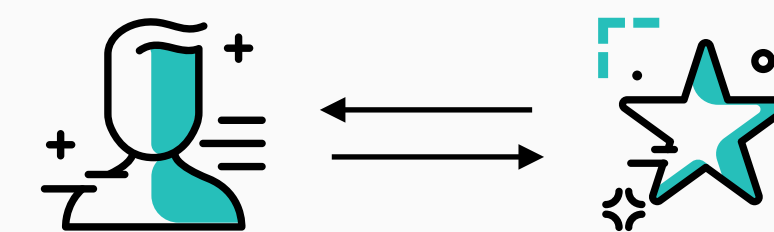
レポートラインの確立

アンバサダーから推進チームへのレポートのタイミング、内容、方法を明確にして、現場での遅れや問題点を速やかにキャッチできるようにする



成功事例の社内外への共有

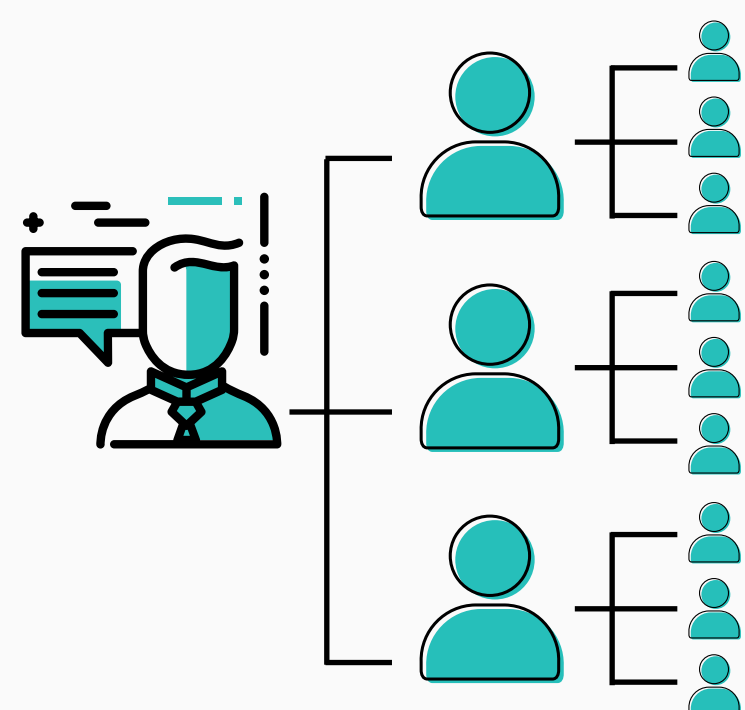
推進チームが各アンバサダーの状況をまとめ、うまく進められている事例を成功事例として他のアンバサダーに成功事例として共有



インセンティブの設計

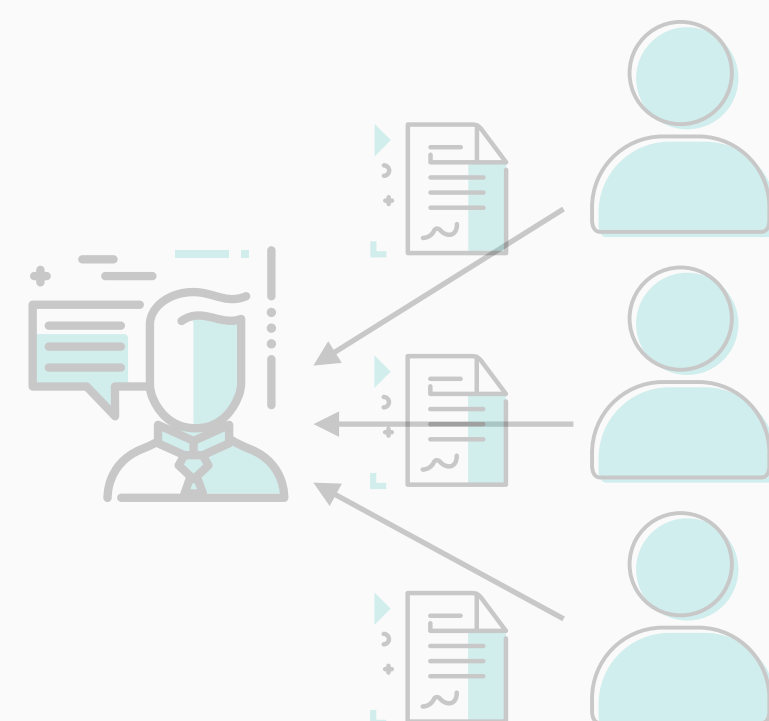
アンバサダーにとって、主体的に取り組みたくなる仕組みを構築することで、継続的に役割を担ってもらう

アンバサダーチームを作る際の4つのポイント



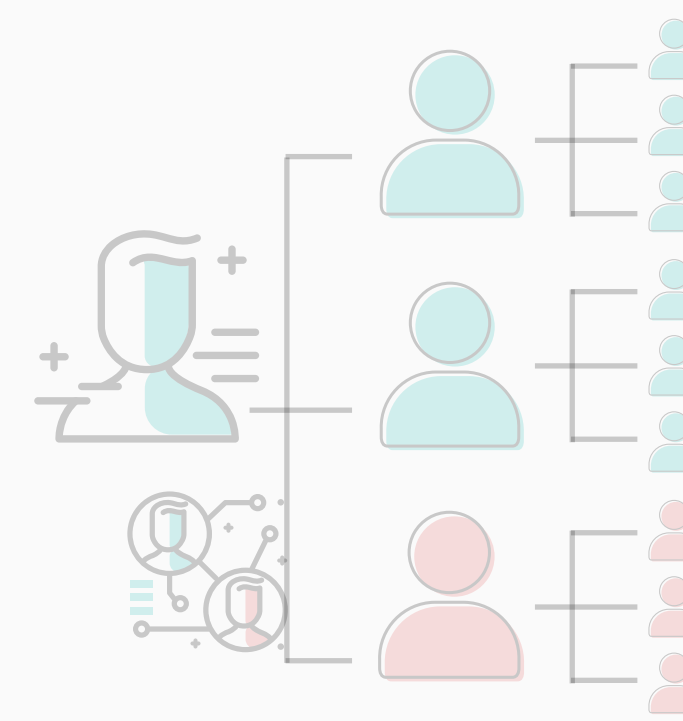
アンバサダー体制の確立

現場での動きを加速させるため、現場で中心となるアンバサダーの役割を担える人物を選出し、必要な人数を任命することが重要



レポートラインの確立

アンバサダーから推進チームへのレポートのタイミング、内容、方法を明確にして、現場での遅れや問題点を速やかにキャッチできるようにする



成功事例の社内外への共有

推進チームが各アンバサダーの状況をまとめ、うまく進められている事例を成功事例として他のアンバサダーに成功事例として共有



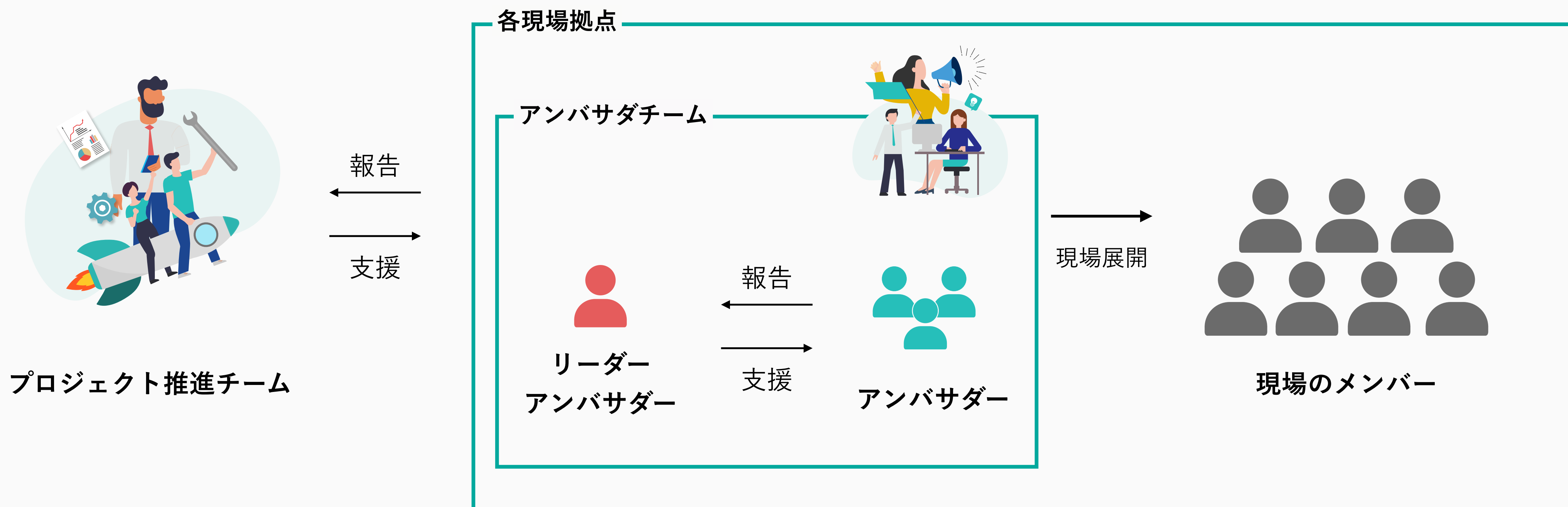
インセンティブの設計

アンバサダーにとって、主体的に取り組みたくなる仕組みを構築することで、継続的に役割を担ってもらう

アンバサダーチームの体制の確立

アンバサダーはプロジェクト推進チームと連携しながら、現場でエンゲージメント向上サイクルを推進する役割を担います。
運用人数が多い場合には、アンバサダーチームの中でも役割を明確にし、チームを率いるリーダーを立てましょう。

※詳細はアンバサダー向けの資料に記載



アンバサダーチームの選定

以下のような条件の人物をアンバサダーチームへ参画させることが成功の鍵になります。

- 1. 組織変革やマネジメントへの意欲が高い
- 2. 改善策を実行できる推進力を持っている
- 3. 周りを巻き込める人間力を持っている

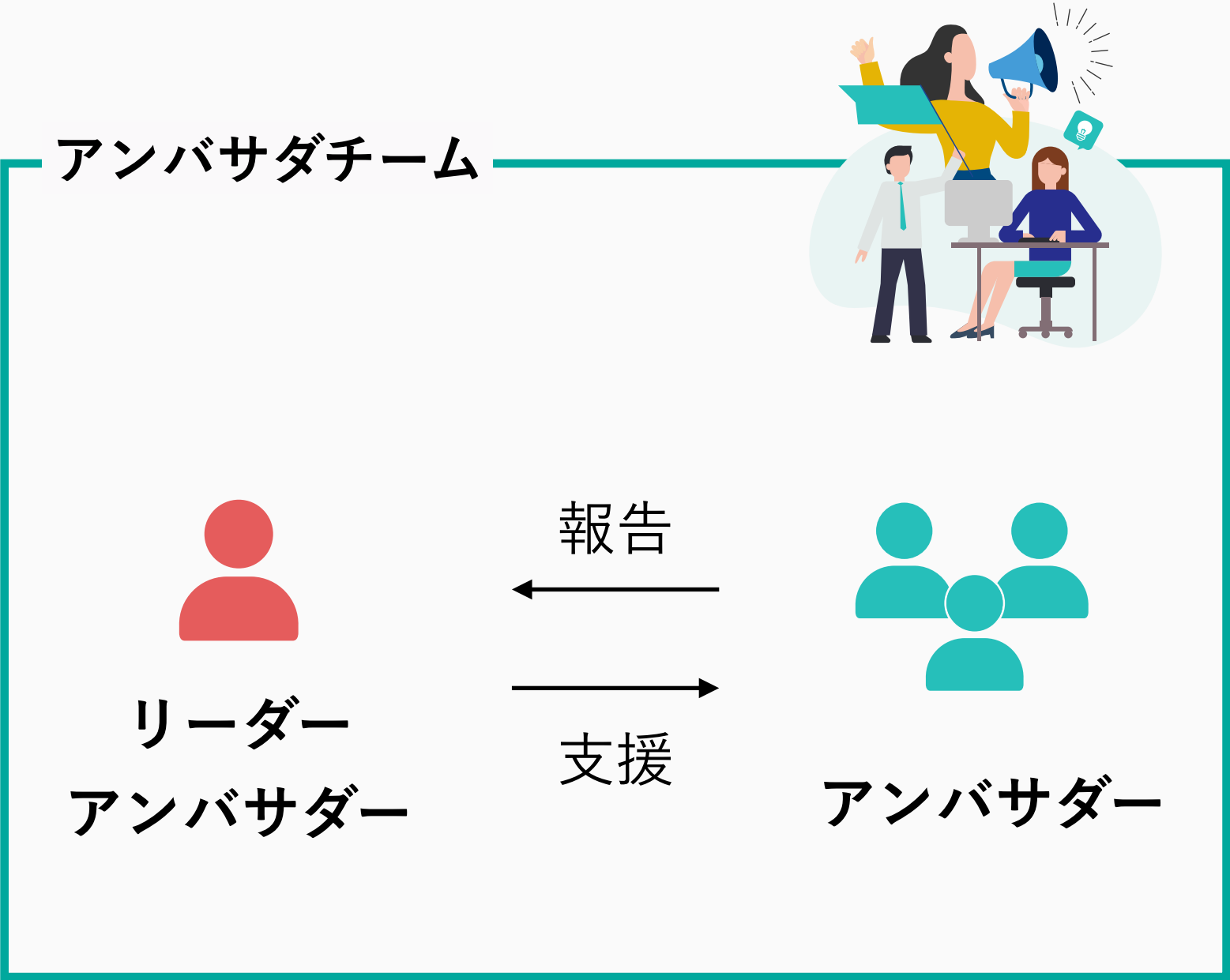


アンバサダーに選定された実際の事例

アンバサダーになった人	背景
次世代リーダー候補の20代後半～30代前半の若手	既に社内の「働きがい」関係のプロジェクトに参加をしているメンバーの中から有望な人物を選
自発的に1on1を実践しているマネージャー	「自身のマネジメント対象メンバーの活性化」に意欲の強い管理職を巻き込む
経営層のメッセージに手を挙げた管理職	経営層から発信した「次世代のマネジメント/リーダーシップ/職場づくり」の挑戦PJへ手を挙げた管理職
次世代リーダー候補の20代後半～30代前半の若手	「くすぶっている」意欲のある若手への発奮材料として権限移譲
自チームの「人間関係・支援・承認」スコアが高い管理職	wevoxで定量化をした上で発見された高スコアのチームをプロジェクトの促進対象チームとして選定

リーダーアンバサダーを設けましょう

アンバサダーチームをうまく機能させていくためには、各アンバサダーをうまく束ねて動いてもらう役割が必要です。チームを作っただけで、全てうまくいくわけではないため、チーム内での役割を明確にし、リーダーアンバサダーとして責任をもってアンバサダーチームをしっかりと動かしていくことが必要になります。



リーダーアンバサダーの役割

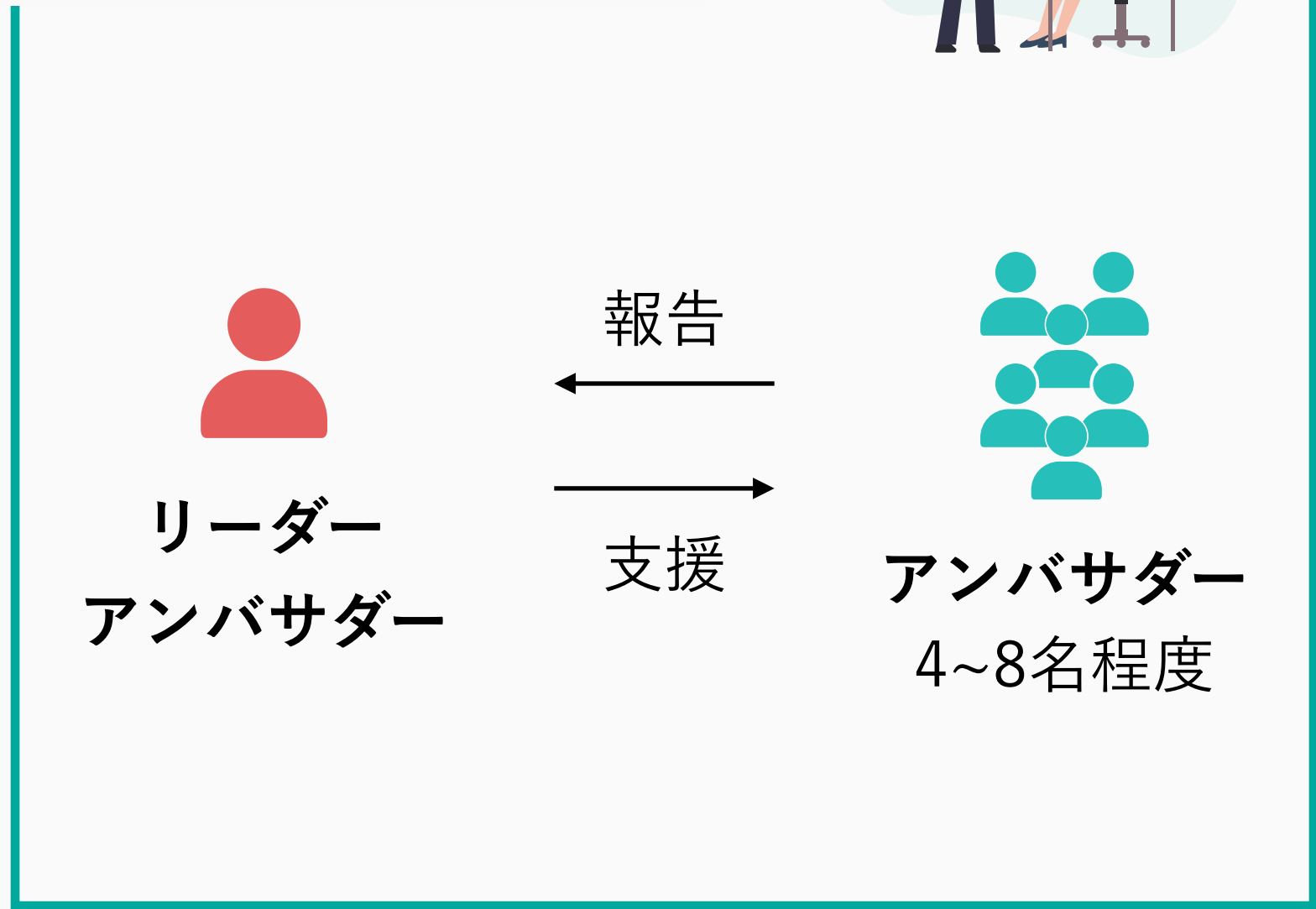
- * チーム内のアンバサダーの状況確認、必要に応じた支援**
アンバサダーが現場で行う取り組みを取りまとめます。
動いていないアンバサダーに対しても働きかけて、動きを作るようにします。
- * 推進チームとの橋渡し**
アンバサダーチームの状況を推進チームに報告を行います。
推進チームはリーダーアンバサダーをハブとし現場への支援を実行致します。

リーダーアンバサダーの選定の意義

リーダーアンバサダーはwevoxプロジェクトの肝となる重要な役割なので、推進チームが責任を持って決めましょう。



アンバサダチーム × 必要数



運用規模に応じて、複数のアンバサダーチームを設けましょう

まずは1チームから下記の選定方法の例を参考にチームを組みましょう

立候補制	役割とインセンティブなどを共有した上で、立候補にてアンバサダーを募集。
指名制	現場をよく理解している管理職の中から候補者を選定してもらい、推進チームが指名する。選定が最良だと思われな いようにしたり、 選定の過程がブラックボックスにならないように注意する。
投票制	責任を持ってアンバサダーの役割をしてくれそうな人を現場のメンバーの投票によって決める。



チームの機動力を担保する上では1リーダーアンバサダーあたり、4-8名あたりのアンバサダーで構成するチームが好ましいです

リーダーアンバサダーを設ける際のチームの1ヶ月の動き

リーダーアンバサダーが主体的にチームメンバーを巻き込み、アンバサダーメンバーが各現場でエンゲージメント向上サイクルを実践することで、エンゲージメントの向上を実現していきます。

※詳細はアンバサダー向けの資料に記載

取り組み内容	1w	2w	3w	4w
サーベイ回答依頼など	○			
各自で結果の振り返り		○		
アンバサダーミーティング ※取りまとめはリーダーアンバサダー			○	
改善アクション				
プロジェクト推進チームへの報告				○
トレーニングコンテンツの習得※	 例：習得ペースは毎月最低1項目			
トレーニングコンテンツの社内展開※			 ○	



リーダー
アンバサダーが実行

※エンゲージメント向上のためのトレーニングをwevoxよりご提供可能(有料)

習得内容をミーティングなどを
活用して現場メンバーへ展開

アンバサダーの知識や意欲を上げるための「トレーニング」

アンバサダーや現場管理職を主体的に巻き込むためには、エンゲージメントの必要性を深く理解いただくことが重要です。エンゲージメント向上を進める上での必要な知識の習得や、スコアの読み取り方、対話の実践方法等をトレーニングを通じて習得いただける「活用支援パック」を提供しております。**(別途有料)**

トレーニング例

4w

第1回



エンゲージメントの理解

エンゲージメントの腹落ち

第2回



マネージャーが行うこと

マネジメントへの活かし方の習得

第3回



対話について

具体的な武器の習得

各現場での活用促進のための「wevox 活用支援パック」

【ご興味をお持ちの方は】

①以下のご案内ページより詳細資料をダウンロード

活用支援パックのご案内ページ

<https://intercom.help/wevox/ja/articles/4519415->

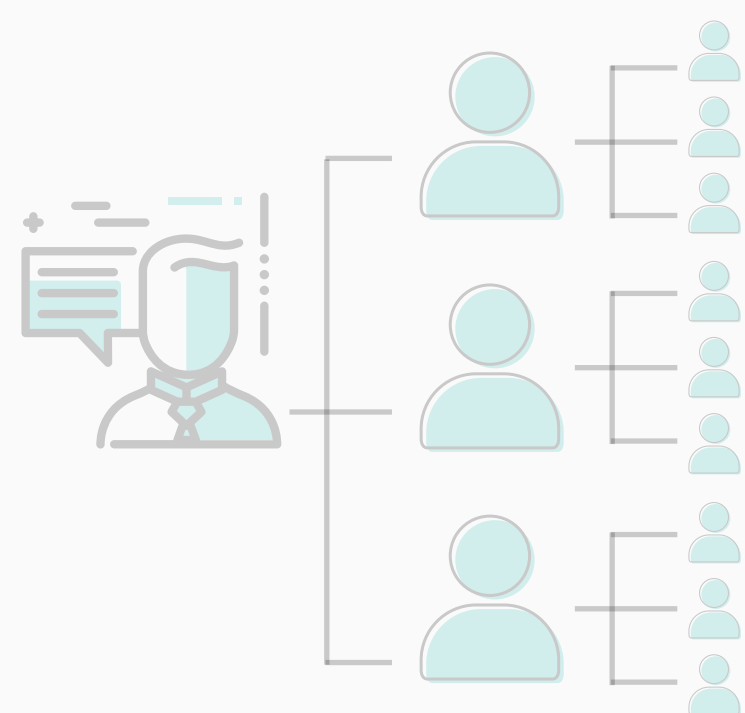
②カスタマーサクセスチームに詳細を確認

→「support@wevox.io」宛にご連絡くださいませ。



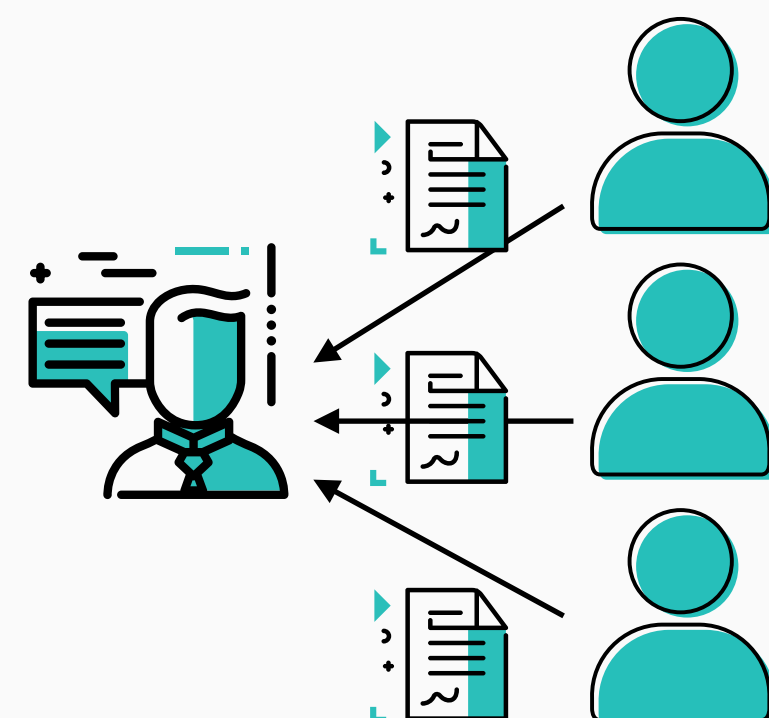
活用支援パックの詳細資料

アンバサダーチームを作る際の4つのポイント



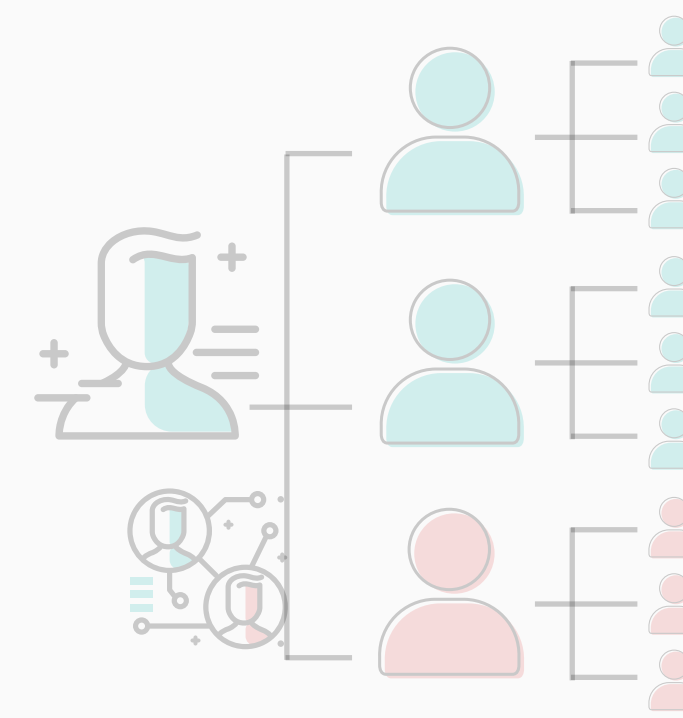
アンバサダー体制の確立

現場での動きを加速させるため、現場で中心となるアンバサダーの役割を担える人物を選出し、必要な人数を任命することが重要



レポートラインの確立

アンバサダーから推進チームへのレポートのタイミング、内容、方法を明確にして、現場での遅れや問題点を速やかにキャッチできるようにする



成功事例の社内外への共有

推進チームが各アンバサダーの状況をまとめ、うまく進められている事例を成功事例として他のアンバサダーに成功事例として共有



インセンティブの設計

アンバサダーにとって、主体的に取り組みたくなる仕組みを構築することで、継続的に役割を担ってもらう

報告におけるオススの方法

テキストだけではなく、**写真や動画を積極的に使って報告をするように**しましょう。

写真を使った報告の例

5月

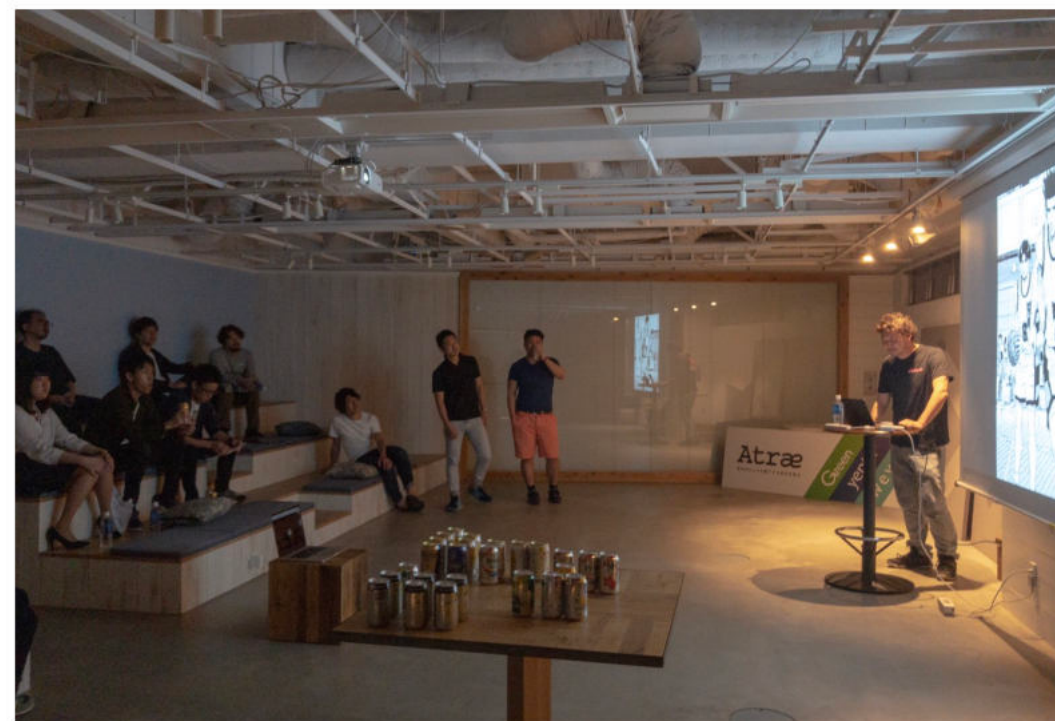
wevoxスコアをもとに
振り返りと対話を実施



wevoxの点数を確認しながら、自分のチームで何が起きているのかをメンバーと一緒に話をしました。

6月

相互理解を目的とした
自己紹介プレゼンの実施



メンバーが何を好きなのか発表。今まで聞いてことがなかった他の人の趣味や考え方・価値観に色々気が付かされました。

6月

相互理解を目的とした
カードゲームの実施



今まで仕事でしか接点がない人と、一緒にゲームをやってみました。ただ仲良くなるだけでも十分大切な時間。

報告における写真や動画の活用のメリット

メリット

簡単に共有できる

誰でもカメラを持っているので、撮影がしやすく、成功事例の共有会などで他のメンバーなどに共有がしやすくなります。写真をそのまま資料に添付するだけでテキストだけに比べるとコンテンツはリッチなコンテンツを作ることが可能です。

行ったことをそのまま伝えられる

実際に行わなければ様子は撮影できません。テキストでの報告でありがちな「実際の内容よりも誇張して報告する」するのを防ぐことができます。

現場の様子が良く分かる

顔の表情、場の雰囲気などがよくわかります。テキストだけでは伝わらない雰囲気などの情報を写真や動画であれば伝えることが可能です。

誰にどのような報告や共有をするかのレポートラインを明確に

プロジェクト推進チームとアンバサダーのレポートラインは現場とプロジェクトを繋ぐ生命線

※具体的な内容についてはアンバサダー向け資料に記載

共有のラインの例

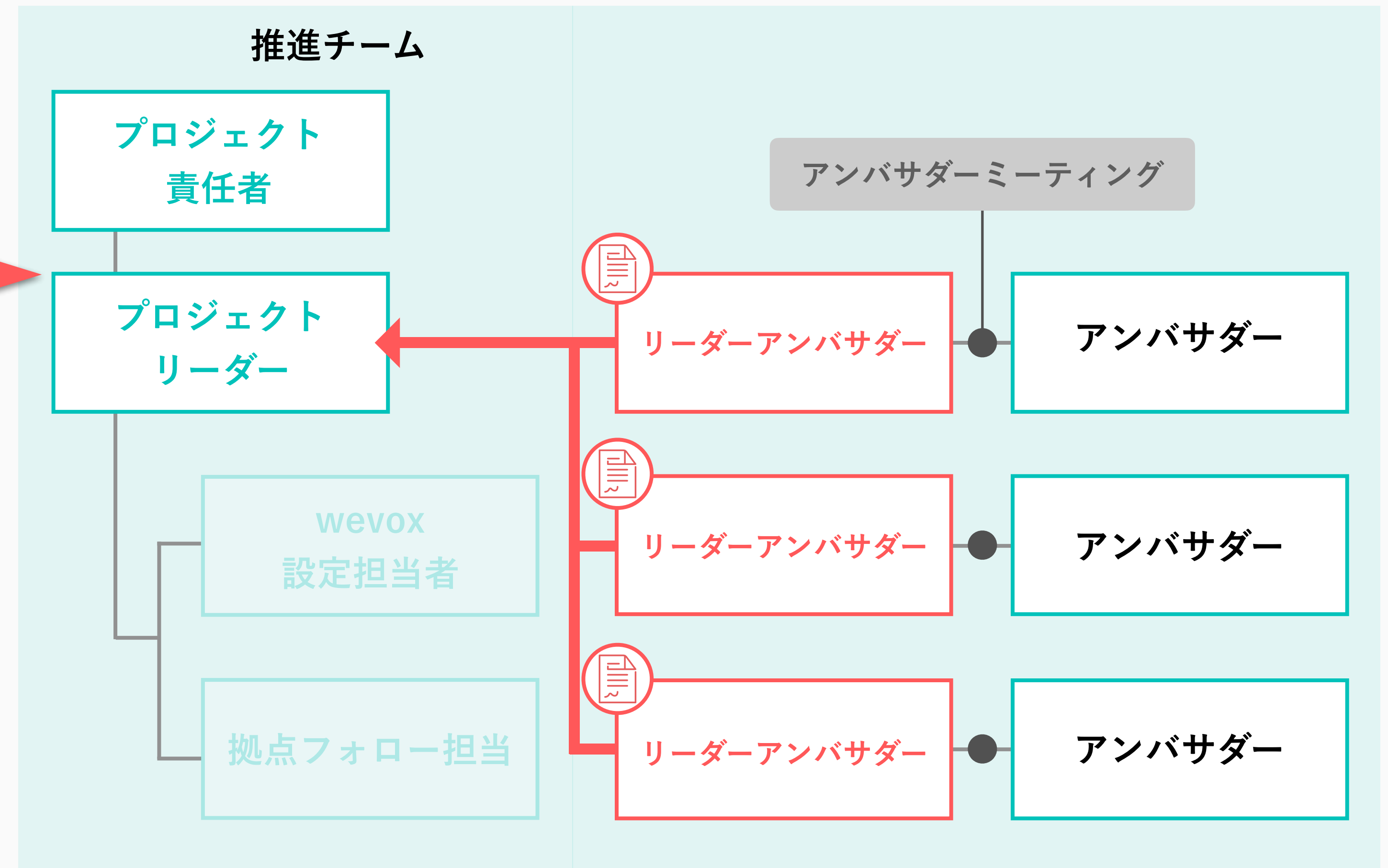
アンバサダーから
推進チームへの報告がなくなると、、、
いつの間にか現場では何もせず
エンゲージメントも向上しないという
ことに陥る可能性…!



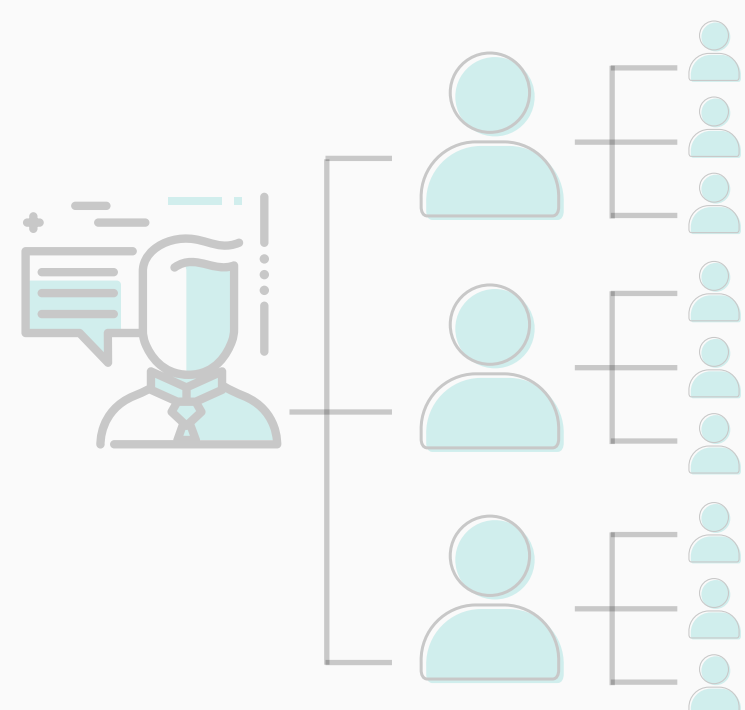
Point

以下を事前に決めておきましょう

- ・誰にレポートするのか
- ・レポートするタイミング
- ・レポートの方法

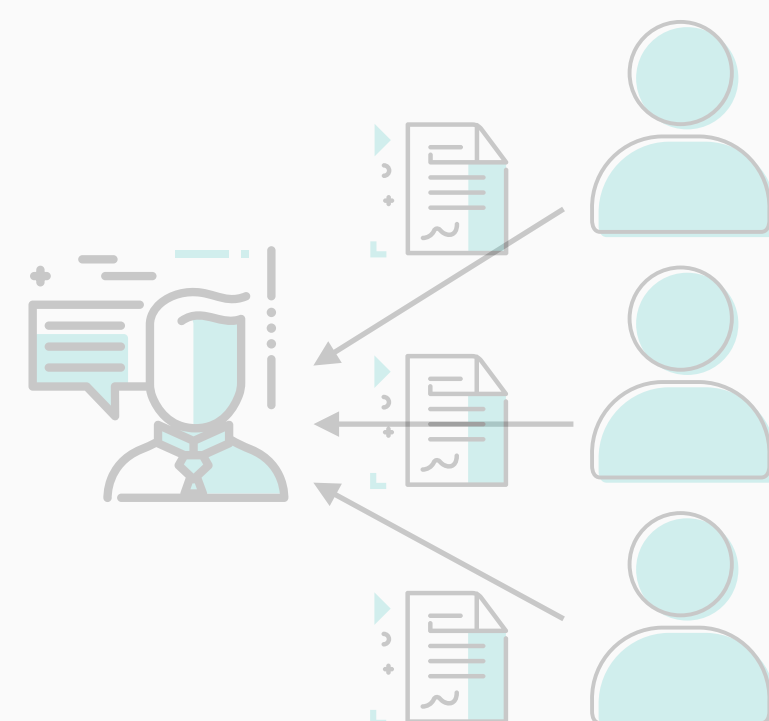


アンバサダーチームを作る際の4つのポイント



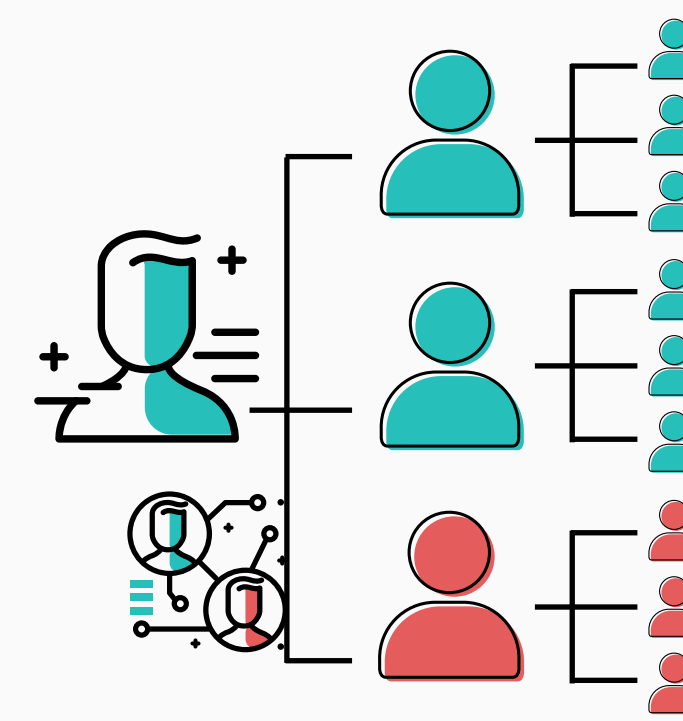
アンバサダー体制の確立

現場での動きを加速させるため、現場で中心となるアンバサダーの役割を担える人物を選出し、必要な人数を任命することが重要



レポートラインの確立

アンバサダーから推進チームへのレポートのタイミング、内容、方法を明確にして、現場での遅れや問題点を速やかにキャッチできるようにする



成功事例の社内外への共有

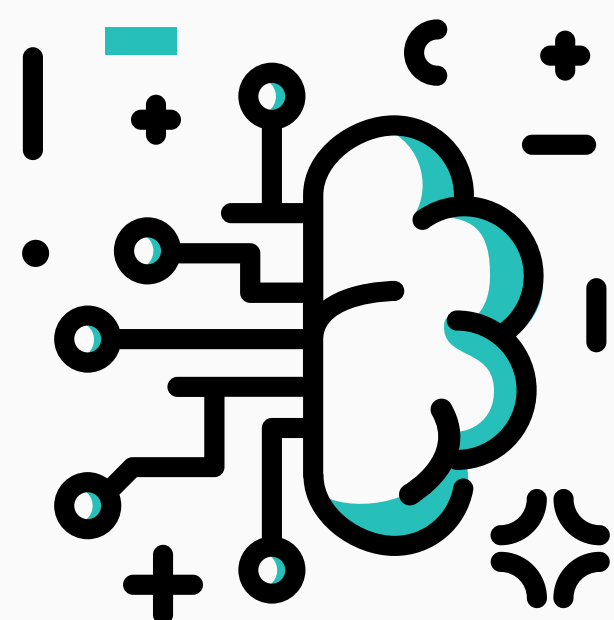
推進チームが各アンバサダーの状況をまとめ、うまく進められている事例を成功事例として他のアンバサダーに成功事例として共有



インセンティブの設計

アンバサダーにとって、主体的に取り組みたくなる仕組みを構築することで、継続的に役割を担ってもらう

なぜ成功事例の共有が必要なのか



プロジェクト進行の 貴重な財産になる

社内の他のチームでうまくいっている事例は、プロジェクトの進行にあたりとても貴重な財産になる



マイルストーンとして 全体のリズムを作る

定期的に事例を共有するという機会を設けることで、アクションの期限を決めるきっかけに。マイルストーンに向けて行動することで全体のリズムを作ることができる

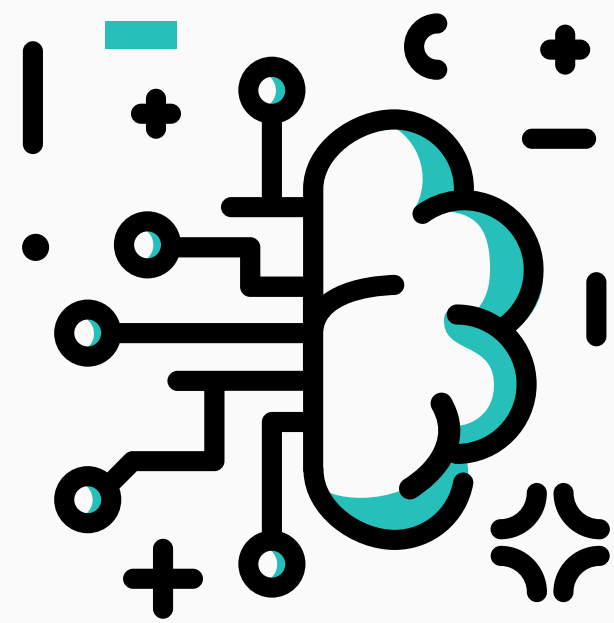


緊張感と責任感を 醸成する

外部に対してアウトプットをするという機会を実行する人たちにとって、良い緊張感になり、責任をもって行動することにつながる効果をもたらす

実際に起きた失敗事例

成功事例の共有を実施しないことでこのようなことが起きます



社内の参考事例が生かされない ことによる機会損失

業態も文化も近い社内の他の部署のアクションは最も参考にしやすく、真似しやすい最良の事例です。好事例が無視されることで本来うまくできたことも、失敗するという機会損失につながります



ダラダラと大きな成果が ないまま時間が経つ

「事例の共有」を一つの目標としてアンバサダーチームをまとめるのが理想なのですが、特にそのような盛り上がりの無いままに段々と参加者の取組意欲が下がっていくということになります



誰も責任を持たない プロジェクトになってしまう

ミーティングを含む様々なアクションなどは、適当に実施するチームが続出することも十分にありえます。誰も本気にならないまま結果がなかなか出ないという状況が生まれます

成功事例の共有範囲

自社内だけではなく、wevoxを利用している他の企業と情報を交換することで、得られるノウハウも合わせて多くなります。できるだけ多くの企業に共有ができるように目指していきましょう。

範囲	社内	他の企業	厳選企業
手法	自社内で成功事例の共有会	DIO*で取材をしたり、Teamwork session*で登壇	Engagement Run!*にて情報交換
期待される効果	自社内のノウハウを別の部署に共有し、成功するチームを増やしていく	普通の社員に着目して取り組みを社外に出すことで、会社としての本気度を伝える	厳選された企業から得られる良質な情報を得ることができる

TIPS INFORMATION

wevoxが提供する
事例共有の場



*Teamwork session … wevoxが運営している成功企業の事例発表会



*DIO … wevoxが運営している事例紹介のwebメディア



*Engagement Run! … wevox推進者のための育成プログラムを提供する有料スクール(別途詳細資料あり)

社内への成功事例の共有方法

社内の共有するときに必要な内容としては、下記のような内容をおすすめします。下記を参考にしながら、自社にとって有益な共有会になるように工夫をしましょう。

要素	概要	備考
頻度	・ 3ヶ月に1回程度	良い事例が出れば開催ではなく、先に日程や予定を決めそこを目指し進める形が効果的です。
共有手段	・ 共有会を実施 ・ Web上のページや社内報で共有	会社によって積極的に受けられる体制が異なります。リアルとオンラインの両面から広く考えましょう。
メンバー構成 チームにおける課題	・ 部署 ・ メンバー構成 ・ 何で困っていたのか	写真などを用いて、具体的なイメージを沸かせると効果的です。
取り組み内容	・ いつどんな内容をどのくらいの頻度で行ったのか。 ・ その時に気をつけたことは	できるだけ具体的に思い浮かべられるようにするのがよいでしょう。
取り組みの効果	・ その取り組みによって変わったと思われるwevoxの点数や定性的なチームの様子など	定性的な様子とは、笑顔が増えたとか、会話が増えた、業務がスムーズになったなど。
真似が出来るポイント	・ 他のチームでも実践するとしたら、どのように実践すると良いのか。真似をするポイントはどこなのか。	全く同じ状態にはならないので、要素をピックアップして紹介してみましょう。

wevoxを利用する：DIOやTeamwork sessionの利用

wevoxで行っている共有機会を存分に活用しましょう。イベントや取材は常時行っているので、ご希望のタイミングを事前にお知らせくださいませ。

要素	タイミング例	概要	備考
DIO	4ヶ月～6ヶ月後	- wevoxが運用するDIOというメディアに成功事例を掲載いたします - エンゲージメント向上のために取り組んだ施策、取り組みにあたってのプロジェクト構成など取材トピックは様々です - 会社の取り組みとして媒体に掲載されますので、広報としてもご活用いただけます - 社員の方にフィーチャーを当てることで、プロジェクトメンバーのやりがいや承認に繋がります。	web上の記事になるので、社内、社外の広報にもお使いいただくことができます。 若手メンバー全員の「やりたい」の声でwevoxの導入が決定 ～どういう流れで導入につながっていったのでしょうか～ 〔田原〕最初は上司にちょこちょこ相談していましたが、最初は費用面です。当時は部署のメンバーが11人だったので、高くない。提案しやすいと思いました。 〔高田〕感じている課題についてまとめ、なぜwevoxなのか、といったことを若手で資料にまとめ、上司に提出しました。 ～上司の最初の反応はどうだったのでしょうか？～ 〔田原〕前向きにちゃんと話を聞いていただいて、「いいというのなら導入してもいい」と言ってくれました。 
Teamwork session 登壇	4ヶ月～6ヶ月後 10ヶ月～1年後	- wevoxを使っている企業の担当者や現場の方が集まるイベントです - ご登壇いただくことで、結果的に多くの企業様から情報交換いただけるようになります	取り組みの紹介、取り組み事前と事後のwevoxの点数や、チームの様子の変化を報告いただきます。 

wevoxを活用する： Engagement Run!への参加

wevoxご利用企業様限定の特別コミュニティへのご参加も可能です。

要素	タイミング例	概要
Engagement Run! への参加	Teamwork sessionへの 参加後	wevoxを積極的に活用している企業様だけの特別な集まりです。 通常では得られないような奥の深い事例などの話ができるようになります。



【ご興味をお持ちの方は】

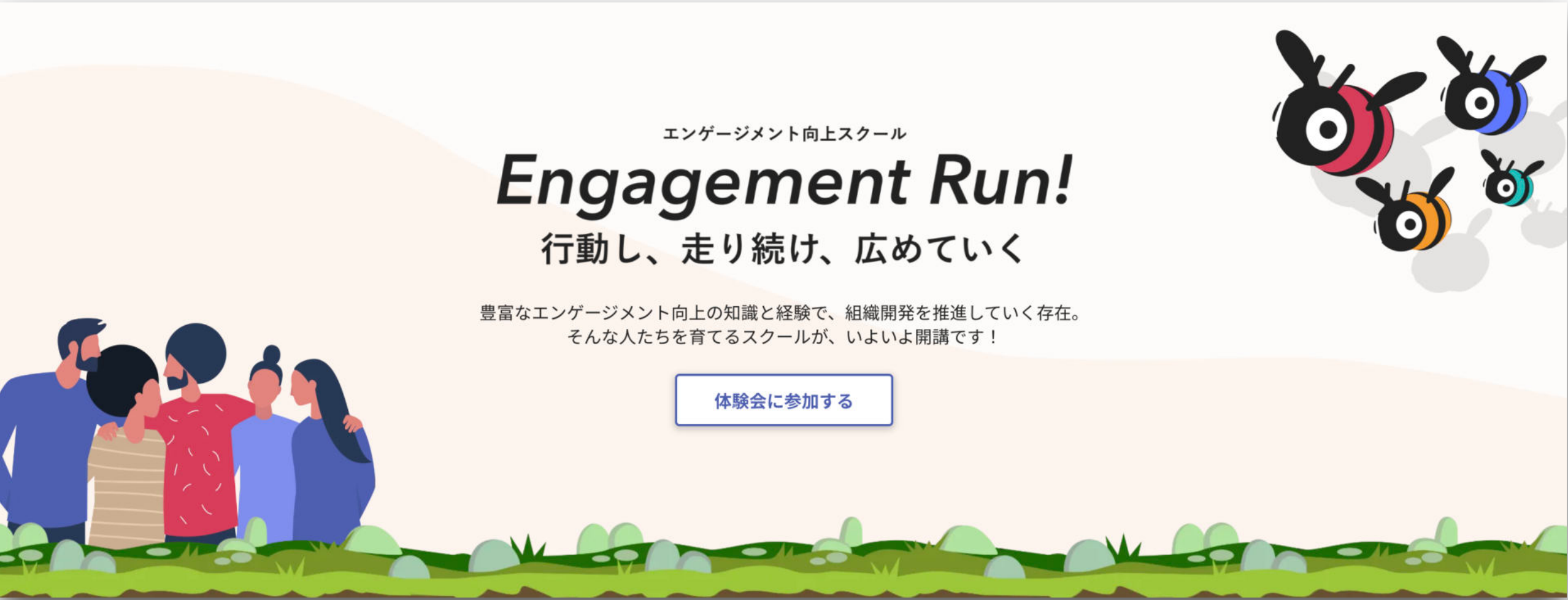
①以下のご案内ページより詳細資料をダウンロード

[Engagement Run!のご案内ページ](#)

https://get.wevox.io/engagement_run

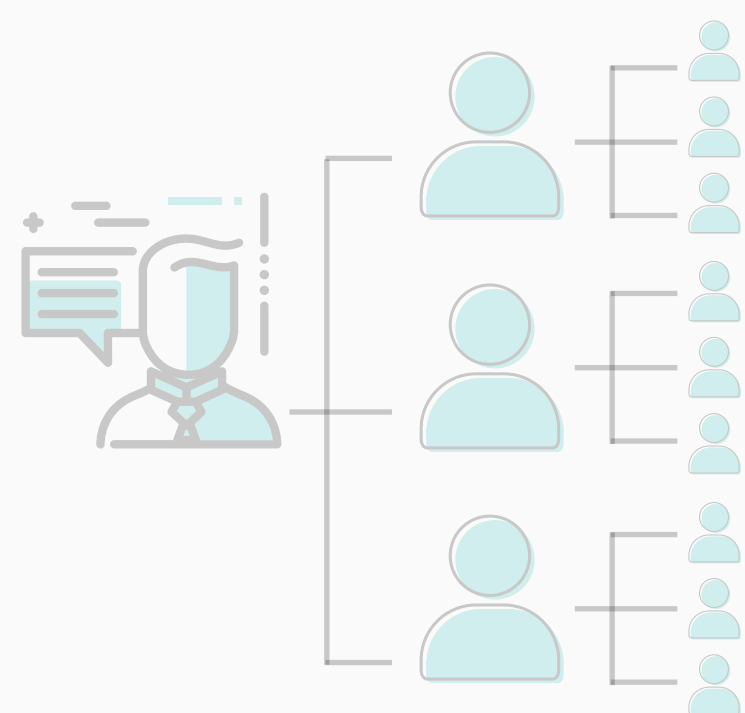
②カスタマーサクセスチームに詳細を確認

→「support@wevox.io」宛にご連絡くださいませ。



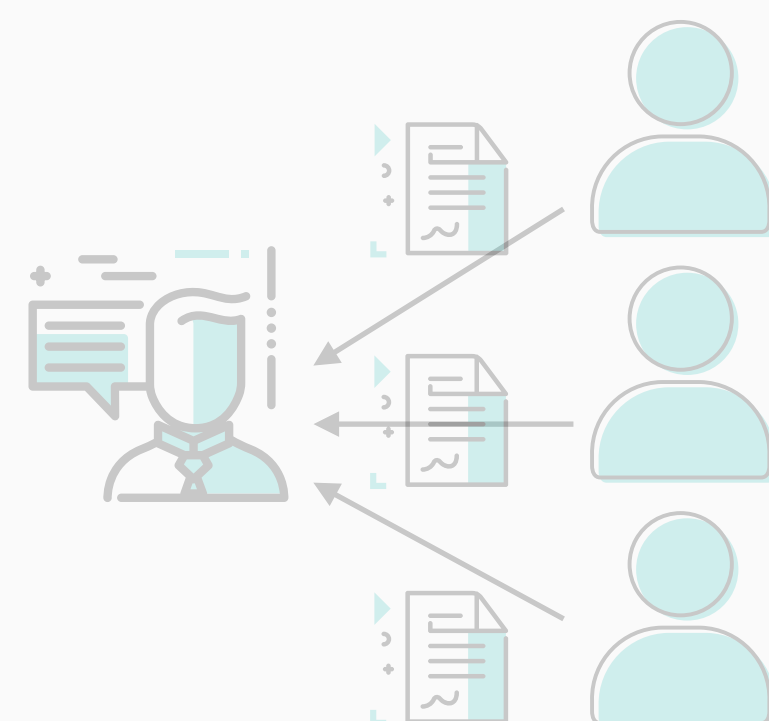
Engagement Run!の詳細ページ

アンバサダーチームを作る際の4つのポイント



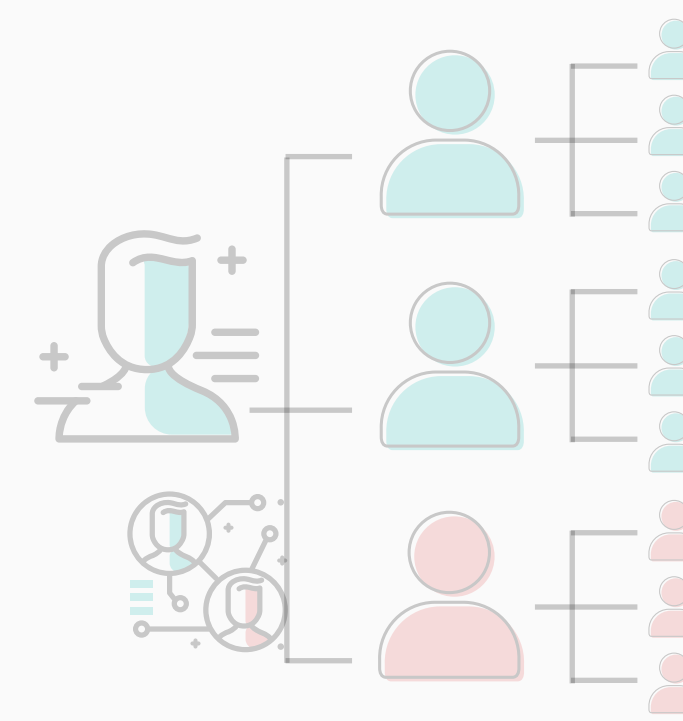
アンバサダー体制の確立

現場での動きを加速させるため、現場で中心となるアンバサダーの役割を担える人物を選出し、必要な人数を任命することが重要



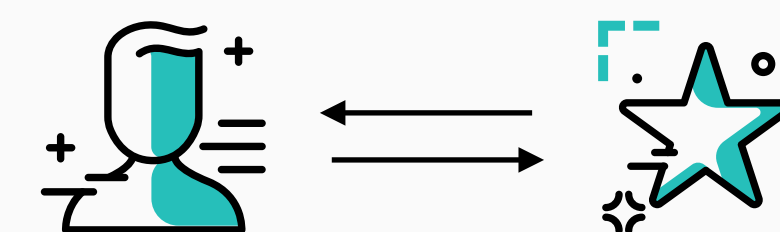
レポートラインの確立

アンバサダーから推進チームへのレポートのタイミング、内容、方法を明確にして、現場での遅れや問題点を速やかにキャッチできるようにする



成功事例の社内外への共有

推進チームが各アンバサダーの状況をまとめ、うまく進められている事例を成功事例として他のアンバサダーに成功事例として共有



インセンティブの設計

アンバサダーにとって、主体的に取り組みたくなる仕組みを構築することで、継続的に役割を担ってもらう

なぜインセンティブが必要なのか



アンバサダーチームが 活性化する

忙しい中でもwevoxの取り組みに参加してもらうためにアンバサダーメンバーにはわかりやすいインセンティブを用意すると効果的です。成功事例の共有会のようなマイルストーンを設けつつ、合わせて称賛される文化や制度を作っていく、アンバサダーの活動を更に活発にするように工夫することがプロジェクトの成功につながる

インセンティブ設計において重要なこと



wevoxの点数をUPのために部下に強要するような
設計はご法度

一方で、例えば「評価のために表面的なアクションをする」
とか、「wevoxの点数をUPのために部下に強要する」などのよう
に、本末転倒な使われ方には十分な注意が必要です。あくま
で、通常行すべき行動を促進するためのインセンティブになる
ような設計を心がけましょう。活動を更に活発にするように工夫
することがプロジェクトの成功につながる

インセンティブ設計の例

インセンティブの設計はあくまで“手段”のため、設定することを“目的”とせず、本来の目的である「アンバサダーチームの活性化」が本当に実現できるかを常々意識して設計・改修しましょう。



社内共有会報告チームの選定

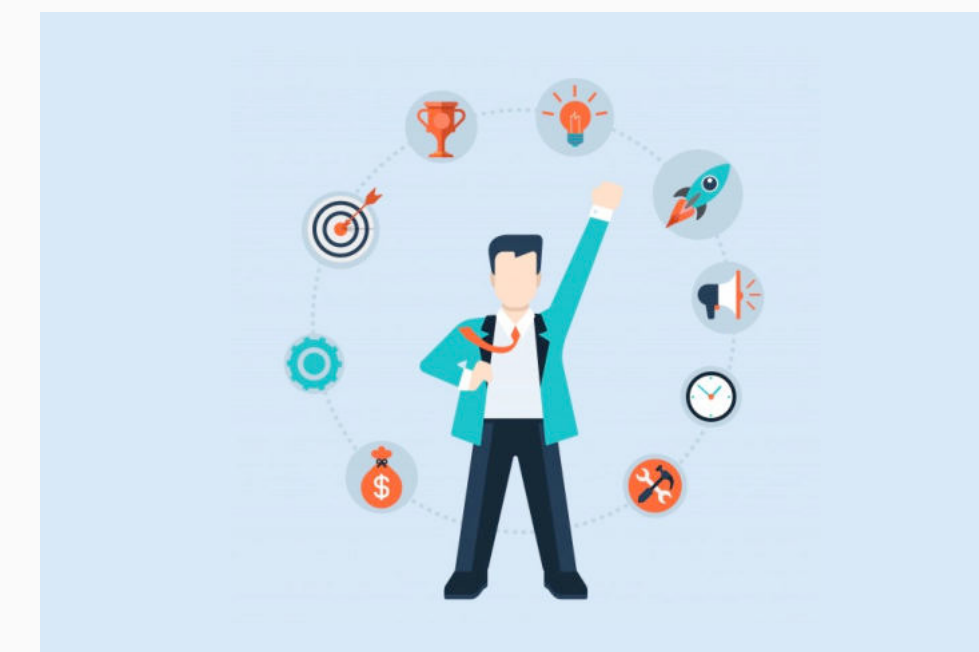
経営直下のプロジェクトと題して、数チームを選抜。社内の成功事例共有会で報告をすることを約束しコミットしてもらう。対象のチームはローテーションで回していく



表彰制度を設ける

良い取り組みのチームを表彰する制度にする。良い取り組みをすれば、社内的に称賛、承認される文化を作る

※wevoxの点数そのものを表彰するのは忤度を生みやすいので注意が必要



スタンプラリー制度の導入

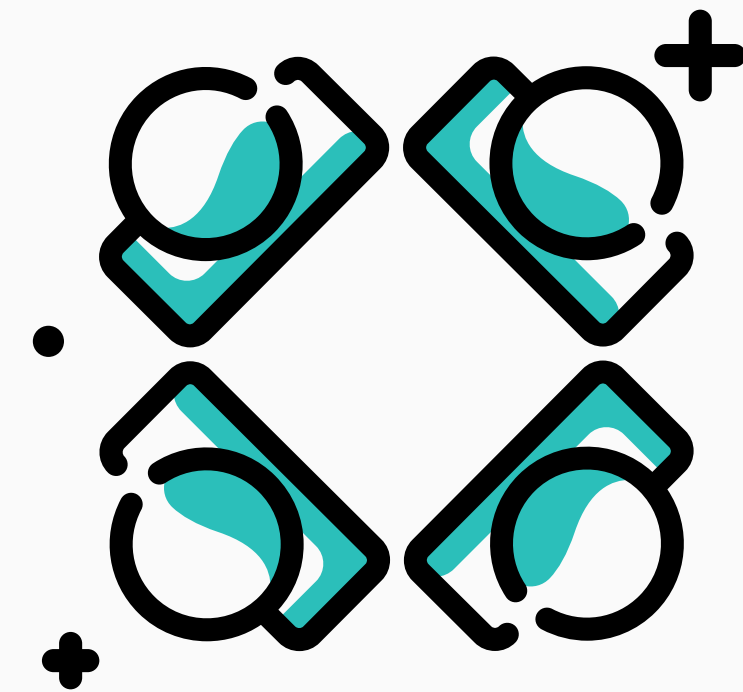
トレーニングの参加やアクションの実施をスタンプラリーのようなポイント制にして、いち早くコンプリートするように進めていく



3

運用ルールを作る

なぜ運用ルールが重要なのか



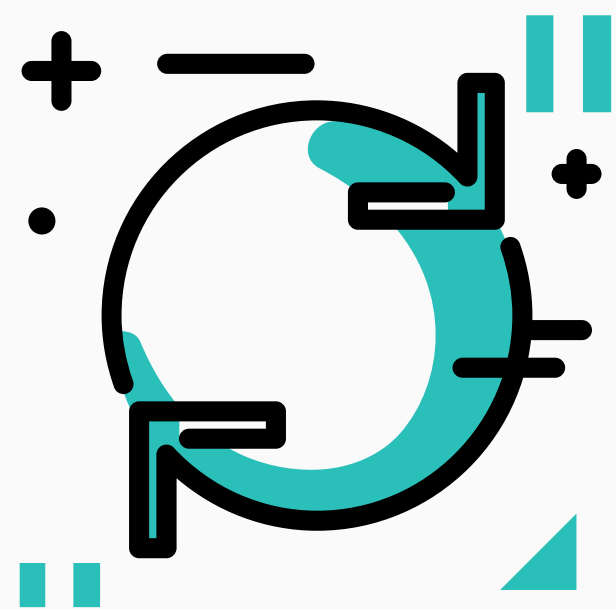
経営とのつながりを意識して考えた目的を達成するために、運用規模を広げても足並みをそろえるため



社内から希望や例外(実名で见たいなど)などの意見が出てきたときに的確に判断するため

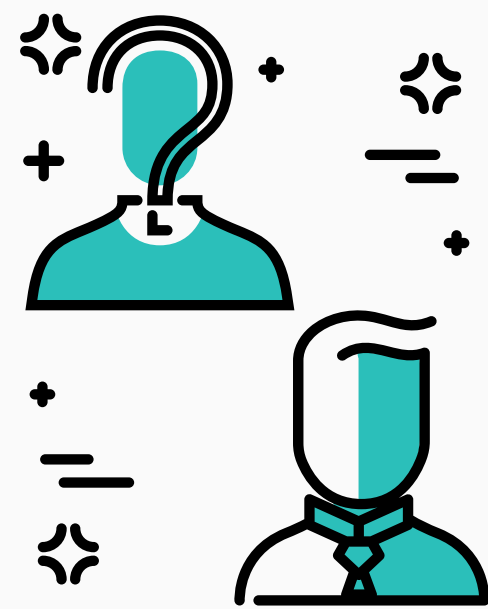
運用ルールはこの4点を決めることが重要

「頻度は？」 「匿名？実名？」 「誰が閲覧できる？」 「いつ振り返る？」を決めましょう



サーベイの実施サイクル

運用例
1ヶ月に1回
2ヶ月に1回
3ヶ月に1回



アンケートの取得方法

運用例
匿名
実名



閲覧範囲

運用例
推進チームのみ
推進チーム+マネージャー
チーム全体



結果確認と振り返り

運用例
推進チームの会議
月1の事業部会議
1on1

運用ルールを決めよう

	概要	説明
 サーベイ実施サイクル	サーベイ配信の頻度	wevoxでは月1回を推奨。配信頻度は変更可
 アンケートの取得方法	実名か匿名か	実名でアンケートするか匿名でアンケートするかの決定 実名で実施し、実名結果の閲覧範囲を制限も可
 閲覧範囲	サーベイ結果を閲覧できる アカウントの設定	誰がどのサーベイ結果を閲覧するか、アカウント毎に設定可 wevoxでは、所属チームの状況は可視化はオススメ
 結果確認と振り返り	閲覧権限者が いつ結果を振り返るか	閲覧権限者がいつ結果を振り返り、考察するか 会議やワークショップのタイミングがオススメ

運用ルールを決めよう

	概要	説明
 サーベイ実施サイクル		
 アンケートの取得方法		
 閲覧範囲	記入する場合は 記入しやすいように記入編をご活用ください	
 結果確認と振り返り		



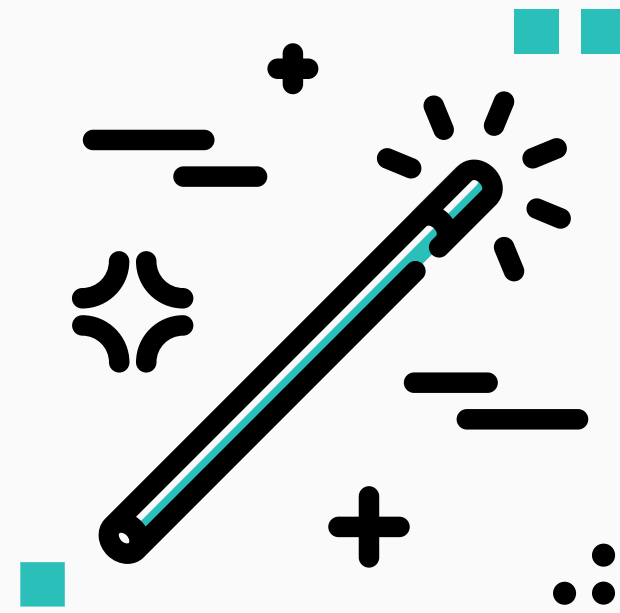
4

スケジュールを作る

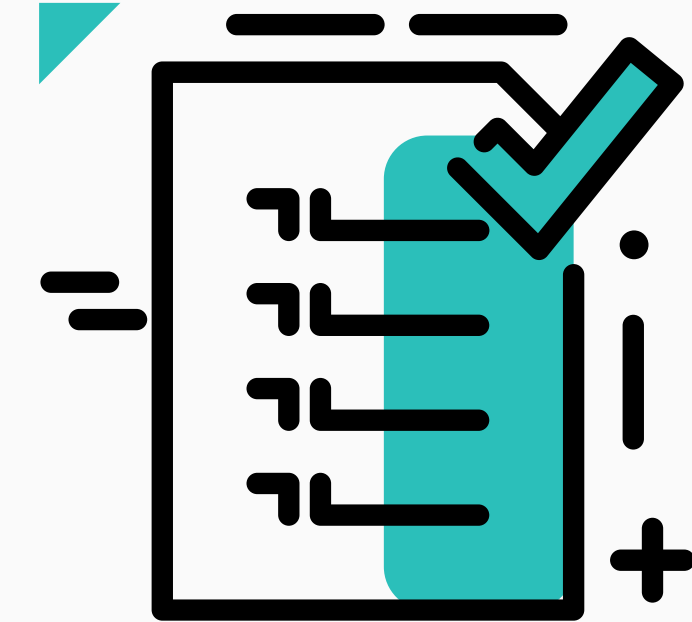
なぜスケジュールが重要なのか



重要なイベントについては事前にスケジュールを決めておくことで、取組へのペースをつくるため



今後どのようなイベントが発生するのかを事前に知っておくことで、準備をスムーズに行うため

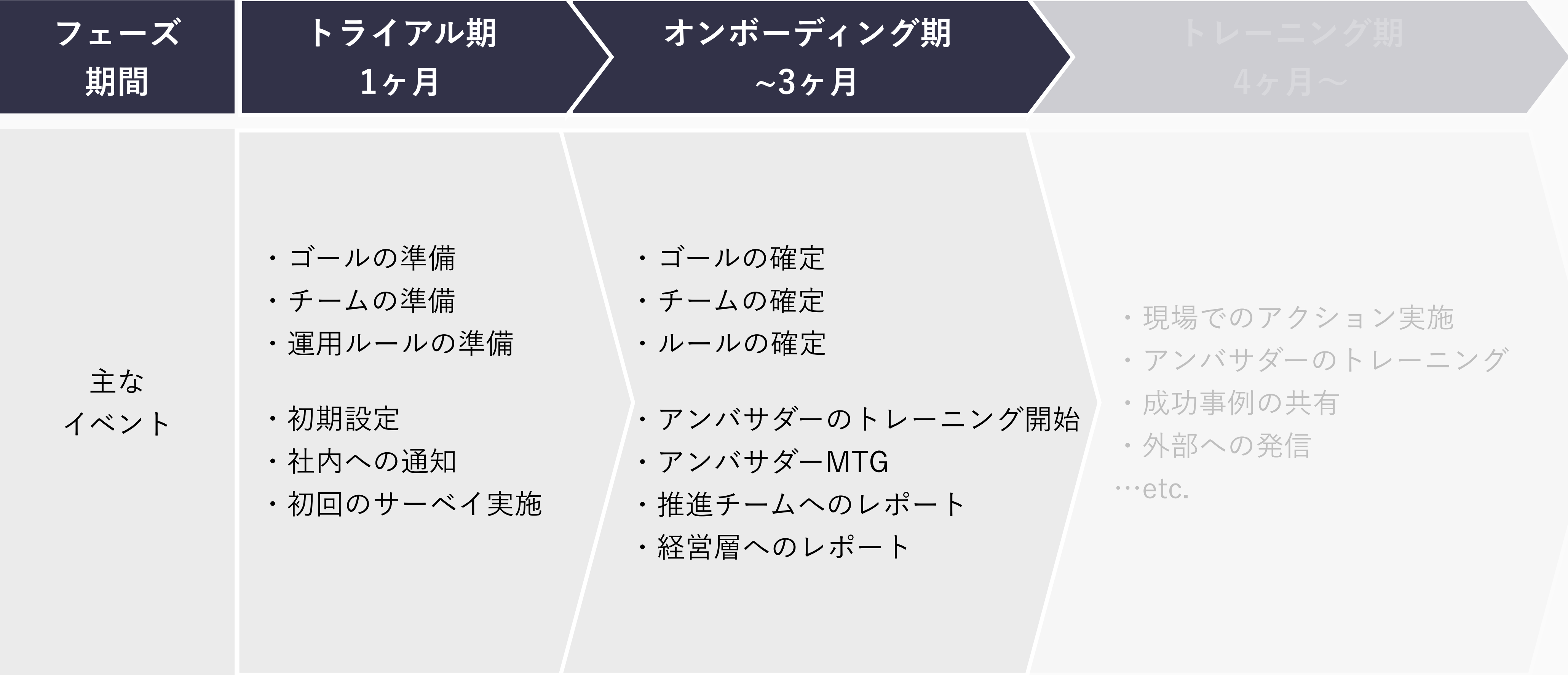


プロジェクトの進捗に遅れが無いかどうかをチェックできるようにするため

運用スケジュールの策定

運用開始3ヶ月が準備期間の肝です

発生するメインのイベントに関しては日程を先に決めておくことでスムーズに進めることが可能です。

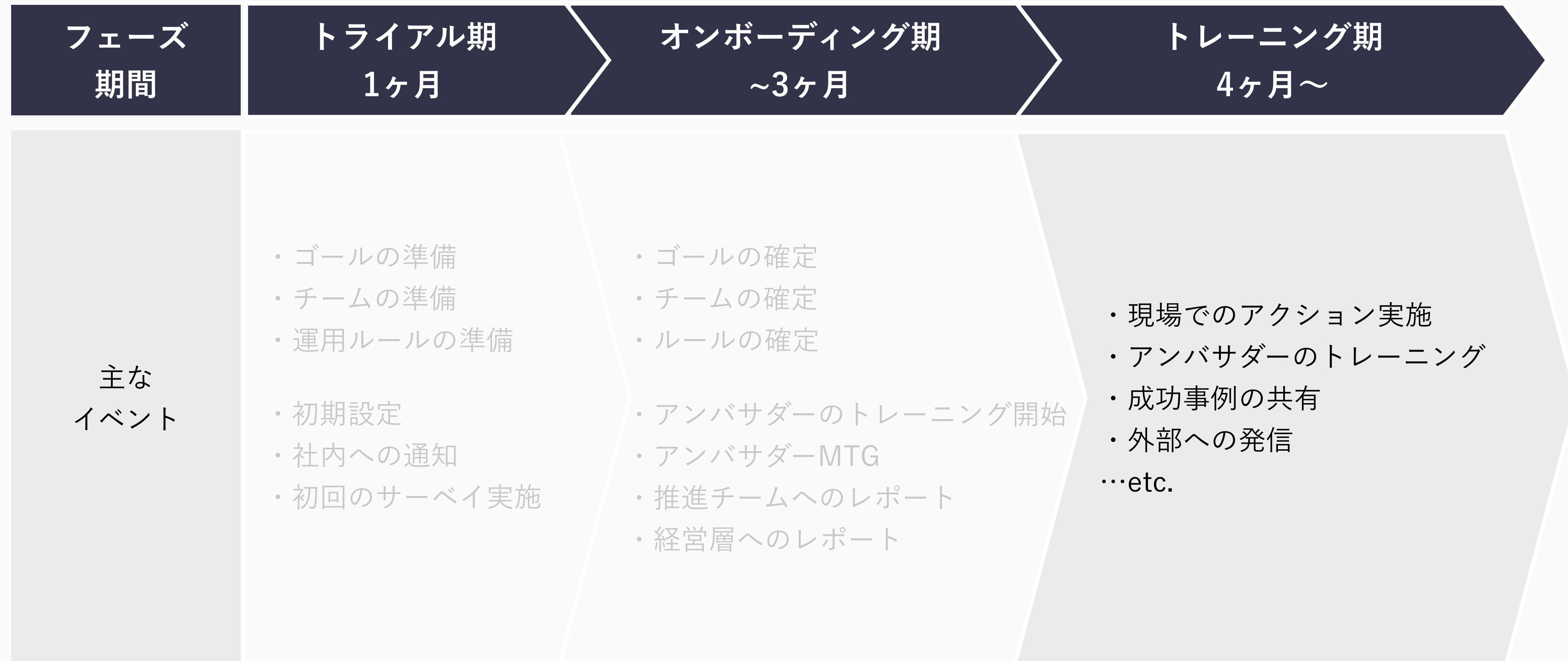


オンボーディング期間(~3ヶ月)までの締切を決める

重要なイベント	実働メンバー	実行する日程
初期設定	推進チーム	
従業員に対する初回の周知(通知)	推進チーム	
初回サーベイ配信	推進チーム	
経営目標とwevoxの測定目的のつながりを作る	推進チーム	
チームを作る	推進チーム	
運用ルールを作る	推進チーム	
スケジュールを作る	推進チーム	
アンバサダーミーティング1回目	リーダーアンバサダー	
推進チームへのレポート1回目	リーダーアンバサダー	
経営層へのレポート1回目	推進チーム	
アンバサダーへのトレーニング開始	推進チーム	

トレーニング期以降のイベント

4ヶ月以降に行われるイベントを整理します。予めスケジュールを決めておくことで、スピードを遅らせることなくプロジェクトを進めることができます。



年間イベント例

年間に行われるイベントをまとめると下記のようなものがあります。例を参考に、自社で行うイベントも決めていきましょう。

カテゴリー	主な担当者	実施内容	概要
準備	推進チーム	経営目的とのつながりを作る	目的やwevoxの項目を決める
		チームを作る	推進チーム/アンバサダーチームを結成
		運用ルールを作る	運用ルールの確定
		スケジュールを作る	スケジュールの作成
		初期設定	メンバーやグループ、その他設定の登録
		社内通知	社内への実施の通知
サーベイ/ 向上サイクル	アンバサダーチーム/ 職場	サーベイ	サーベイの実施
		対話/相互理解/向上サイクル	エンゲージメント向上のアクション実施
レポート	推進チーム	推進チームへのレポート	推進チームによる状況の確認
		経営層へのレポート	経営層へのレポート
アンバサダー	アンバサダーチーム	アンバサダーミーティング	アンバサダー同士の状況確認
		トレーニング	アンバサダーのトレーニング実施
その他	推進チーム	社内事例共有	社内の良い事例を共有
		DIOなどへの取材	wevoxの事例を社外の広報などに利用
		Team work sessionへの参加	wevoxを利用の他企業との交流
		経営指標と関連データの分析	売上、利益、生産性などの指標とエンゲージメントの関連性をチェック

例：年間スケジュールの実施時期

月単位で行うスケジュールは下記のようにな例になります。

カテゴリー	主な担当者	実施内容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
準備	推進チーム	経営目的とのつながりを作る	←→											
		チームを作る	←→											
		運用ルールを作る	←→											
		スケジュールを作る	←→											
		初期設定	○											
		社内通知	○											
サーベイ/ 向上サイクル	アンバサダーチーム/ 職場	サーベイの配信	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		対話/相互理解/向上サイクル	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
レポート	推進チーム	推進チームへのレポート		○		○		○		○		○		○
		経営層へのレポート							○		○		○	
アンバサダー	アンバサダーチーム	アンバサダーミーティング	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		トレーニング	○	○	○	○	○	○	○	○	○	予備	予備	予備
その他	推進チーム	社内事例共有				○				○				○
		DIOなどへの取材					○				○			
		Team work sessionへの参加						○						○
		経営指標と関連データの分析							○					○

A社：年間スケジュールの作成

アンバサダーチームが着実に活動を推進していけることを重要視。（推進チームはその活動を積極支援。）

カテゴリー	主な担当者	実施内容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
準備	推進チーム	経営目的とのつながりを作る												
		チームを作る	←→											
		運用ルールを作る	←→											
		スケジュールを作る	←→											
		初期設定	○											
		社内通知	○											
サーベイ		サーベイの配信	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
アンバサダー活動	アンバサダーチーム	自チームで対話・振り返り	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		アンバサダーミーティング		○		○		○		○		○		○
		トレーニング受講							○		○		○	
		推進チームへのレポート	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
経営層との連携	推進チーム	経営層へのレポート	○	○	○	○	○	○	○	○	○	予備	予備	予備
社内事例共有					○				○				○	
社内報告会参加						○				○				
Team work session/DIOへの参加							○						○	

B社：年間スケジュールの作成

先行チームに注力をして、そこからだんだんと拡大。はじめは4チームからスタートして、そこからチーム数を20に増加。結果を受けてその後徐々に企業全体に広げていく。

カテゴリー	主な担当者	実施内容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
準備	推進チーム	経営目的とのつながりを作る				↔								
		チームを作る	↔											
		運用ルールを作る	↔↔											
		スケジュールを作る	↔↔↔											
		初期設定	○											
		社内通知	○											
サーベイ/ 向上サイクル	アンバサダーチーム/ 職場	サーベイの配信	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		対話/相互理解/向上サイクル	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
レポート	推進チーム	推進チームへのレポート	○	○	○		○	○	○		○	○	○	
		経営層へのレポート		○		○								
アンバサダー	アンバサダーチーム	アンバサダーミーティング					○	○	○	○	○	○	○	○
		トレーニング				○	○	○	○	○	○	○	○	○
その他	推進チーム	社内事例共有				○				○				○
		Team work sessionへの参加					○				○			
		DIOなどへの取材						○						○
		経営指標と関連データの分析							○					○

年間スケジュールの作成

自社で行うイベントをもとに年間スケジュールを作成しましょう。

カテゴリー	主な担当者	実施内容	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
-------	-------	------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----

記入する場合は
記入しやすいように記入編をご活用ください

年間イベントの締めきりを決める

重要なイベントは年複数回実施することを意識しましょう

重要なイベント	実働メンバー	実行する日程
記入する場合は 記入しやすいように記入編をご活用ください		

Thank You !!

TEAM EXPERIENCE wevox が考える、チームが行き交う5つのフェーズ

ハードボイルド期

人が集まっただけの集団。
もしあなたがそれに気づいたら、
チームやメンバーについて
考えることから始めてもいい。
すべてのチームに、意味はある。

目覚めの予感期

何がしたいの？何が大事なの？
あなたが気にすれば、
いつだって声をかけられる。
そんな些細なきっかけが
そっとチームを動かし始める。

野生のカリスマ期

つながりをはじめに作るメンバーは
大変だし、だからこそ稀有な存在。
あなたがハブになるメンバーかどうかは
わからないけれど、周囲の支えは
同じくらいに貴重になる。

革命前夜期

メンバーひとりひとりが自ら考え、
チームが進むために重要なことは、
相手の理解を深めること。
自発的なチームは対立も生むけど、
対話を通じてチームを前に進めよう。

ウィー・アー・ザ・チーム期

「わたしたちは、チームだ！」
自分はチームの一員であると
心から思っている状態なら、
自分たちでチームを変えるなんて、
とても簡単なことになる。



wevox