



С чего начать построение HR-бренда?

Рекомендации от Консалтингового центра HeadHunter.

Емеленко Елена
Елина Ольга

EVP cannot be created but it must be discovered.

EVP нельзя создать, его нужно открыть.

Бретт Минчингтон

Определяем ключевую задачу вашей компании в области HR

- Проблемы с рекрутментом:
 - Мало откликов в принципе / от подходящих кандидатов
 - Откликов много, но высокий % увольнений на исп. сроке
 - Высокая стоимость набора
- Высокая текучесть персонала по одной или нескольким категориям
- Высокие издержки на удержание и материальную мотивацию персонала
- Программы оценки, обучения и развития персонала имеют низкую эффективность («мы их учим, а они все равно уходят»)
- Большое количество негативных отзывов о компании как о работодателе
- Низкая вовлеченность персонала
- Низкие производительность и эффективность труда
- Мало инициативы «снизу»
- Структурные изменения (слияния/поглощения/сокращения/расширение бизнеса)
- Изменение стратегии компании
- Внедрение изменений



Определяем ключевой фокус компании на текущий момент



Определяем ожидаемые результаты

Параметры оценки HR-деятельности

Ключевые измеримые показатели деятельности:

- затраты на привлечение одного сотрудника, сумма
- срок закрытия вакансии, дни
- отношение числа откликов к числу вакансий, индекс
- число качественных входящих резюме, резюме/месяц
- коэффициент принятия предложений, %
- количество предложений, сделанных по рекомендации сотрудников, %
- количество предложений, сделанных через рекрутинговые агентства, %
- текучесть персонала в период испытательного срока, %
- текучесть персонала в первый год работы, %

Отраслевой и межотраслевой бенчмаркинг

Периодический мониторинг HR-бренда по запросу компании



Определяем ожидаемые результаты

Данные исследования Talent Attraction Barometer компании Universum (опрошено 2,641 профессионалов по всему миру):

Какие ключевые показатели вы используете для оценки своей деятельности в области HR-брендинга?



Количество кандидатов



Качество найма



Вовлеченность сотрудников



Привлекательность компании для соискателей (танталов)



Стоимость закрытия вакансии



Соотношение число кандидатов/ число нанятых



Средний стаж работы сотрудников



Текущая персонала



Эффективность поиска кандидатов



Процент привлечения персонала по рекомендации сотрудников

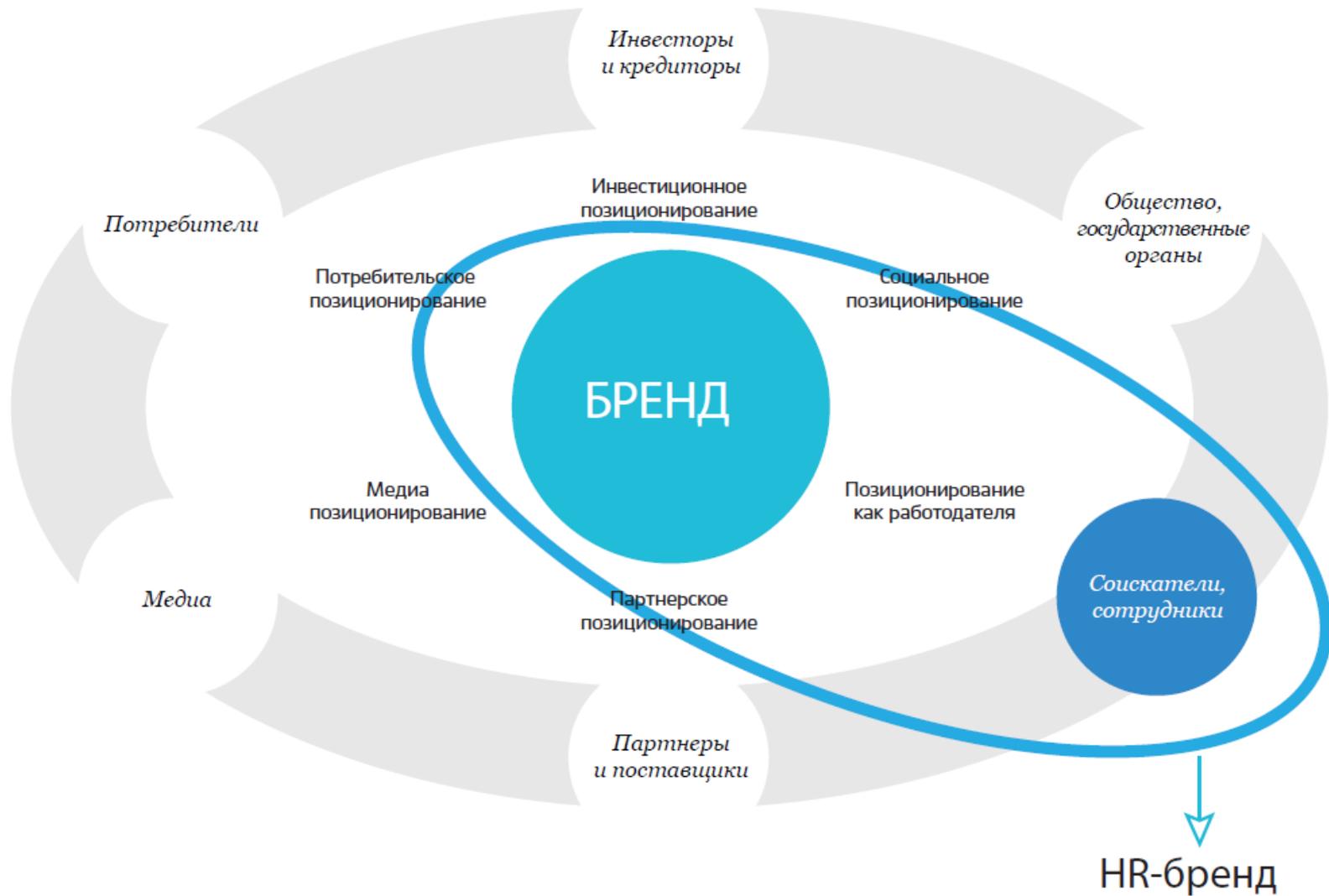


Продвижение внутренних кандидатов на ключевые позиции



Нет, мы еще не определили наши критерии оценки

Определяем Целевую аудиторию



Определяем Целевую Аудиторию



ОНЛАЙН-ТРАНСЛЯЦИЯ
<<ТАЙНЫ FMCG>>
25 марта, начало в 18:00 на mars-graduates.ru
MAKE IT MEAN MORE | **MARS**

Работа оператором в Call-центре

- ✓ Зарплата до 66 000 руб.
- ✓ ДМС и корпоративный фитнес
- ✓ Карьерный рост



Тинькофф
Кредитные Системы



BNS - МОДНО. БЫТЬ. СОБОЙ

С УТРА Я В TOPSHOP, ВЕЧЕРОМ НА СЦЕНЕ!

Определяем рабочую группу

Топ-менеджер – источник правильного видения компании, так что ключевые решения всегда за ним.

Директор по маркетингу и PR – отвечает в целом за репутацию и имидж компании, обладает опытом и компетенциями в коммуникациях с самыми разными целевыми группами.

Директор по персоналу – имеет полное представление о стратегии управления персоналом в компании.

HR-бренд менеджер – понимает, как воспринимают компанию в качестве работодателя внешние и внутренние аудитории, знает особенности корпоративной культуры и ситуацию в области подбора и привлечения персонала.



Определяем основные шаги



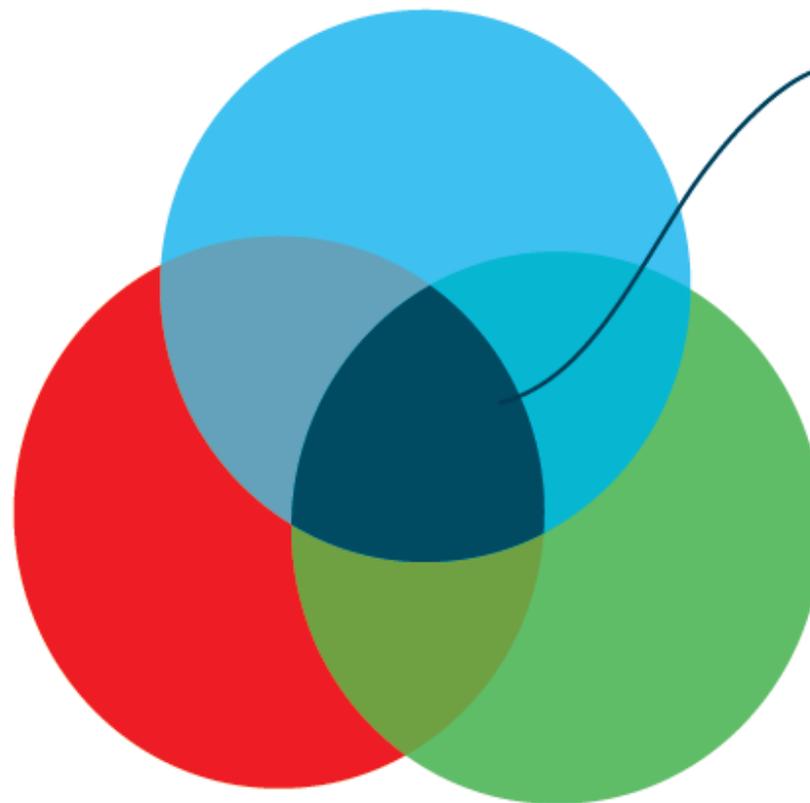
Определяем детальные шаги и инструменты

Блок	Этап	Инструменты
<p>ДИАГНОСТИКА HR - БРЕНДА</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Анализ идеологии Компании • Исследование восприятия ЦА • Анализ конкурентной среды 	<ul style="list-style-type: none"> • Кабинетное исследование • Интервью с идеологами бренда • Качественное исследование: <ul style="list-style-type: none"> – Глубинные интервью – Фокус-группы • Количественное исследование (online опрос) • Мониторинг имиджа работодателя в Internet - среде • Контент-анализ открытых источников • Интервью с инсайдерами
<p>РАЗРАБОТКА ПОЗИЦИОНИРОВА НИЯ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Разработка EVP • Разработка креативной концепции • Разработка Action-Plan 	<ul style="list-style-type: none"> • Work-shop/стратегическая сессия • Креатив и дизайн • Кабинетная работа
<p>КОММУНИКАЦИИ</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Производство инструментов коммуникации • Реализация коммуникационной Кампании • Оценка результатов (через 1 год) 	<ul style="list-style-type: none"> • PR HR-бренда в СМИ (online & offline) • SMM • EVENT • Digital • Премия HR-бренд • Интернет-конкурсы • И др.

Определяем, что изучаем при разработке Ценностного предложения?

Корпоративная идеология

Миссия, ценности, цели



EVP (Ценностное предложение) компании

которое отражает уникальность
бренда, соответствует запросам
аудиторий и отличается
от предложения конкурентов

Конкурентная среда

Позиционирование HR-бренда
конкурентов, отзывы и мифы
об HR-бренде со стороны
конкурентов, best practice

Восприятие целевыми аудиториями

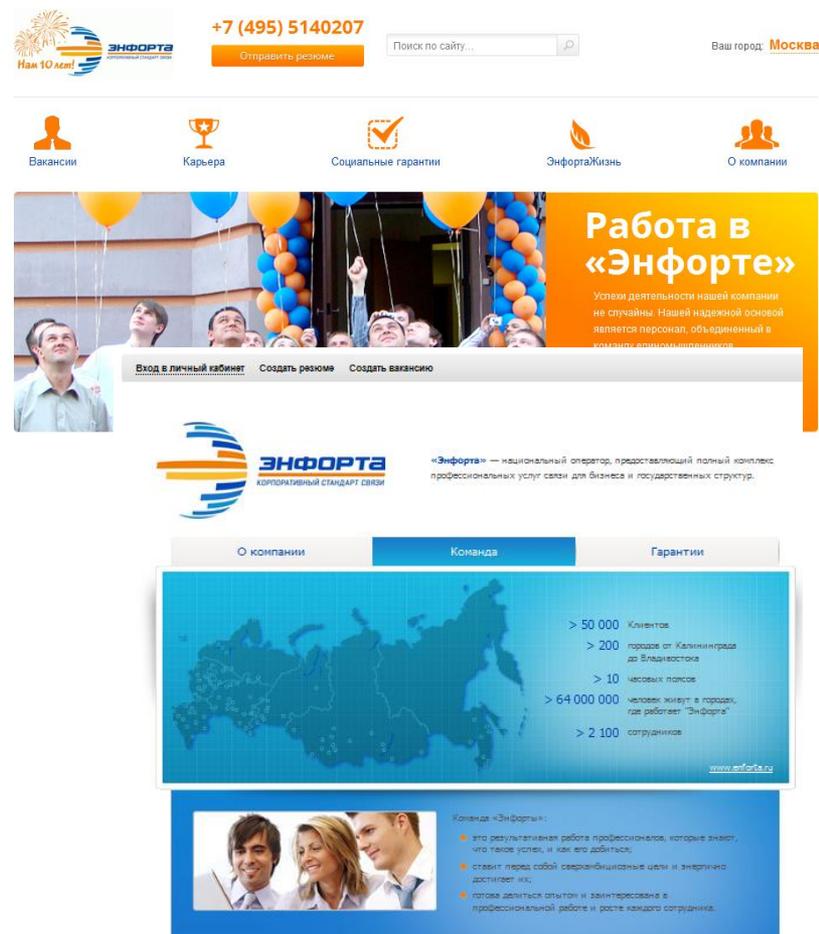
Отношение, ожидания, восприятие
со стороны текущих сотрудников,
потенциальных и ушедших

Из чего складывается Ценностное предложение?



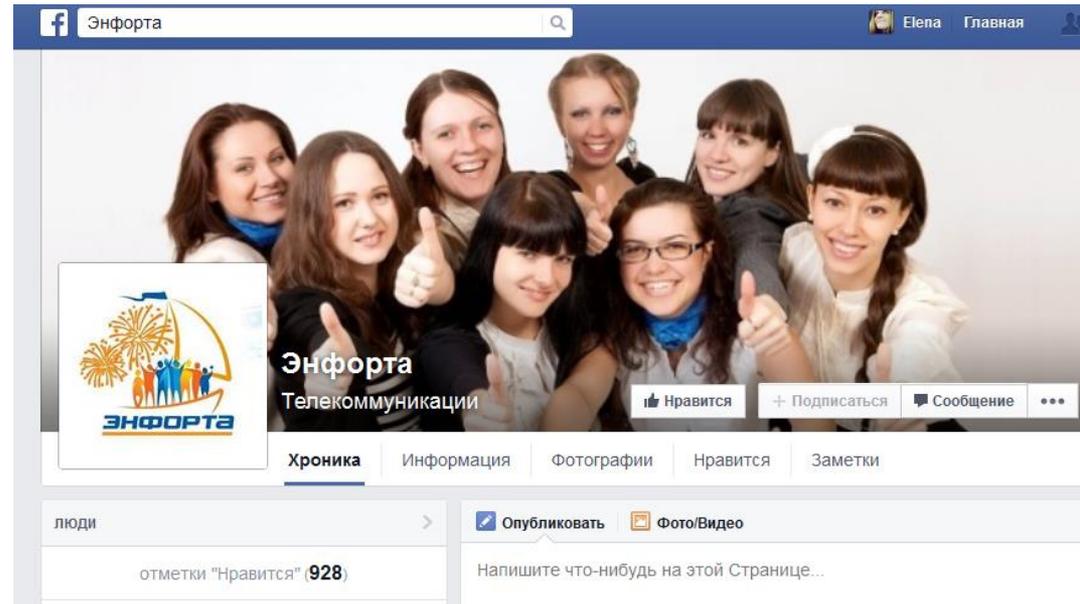
Анализ карьерного/корпоративного сайта компании, страницы на job-сайте

1. Как показывается информация – один экран/несколько экранов. Акценты в информации на главной странице.
2. Направленность на Целевые аудитории компании.
3. Наличие Ценностного предложения на сайте, информации о возможностях компании (профессиональный, карьерный рост).
4. Наличие видео, слайд-шоу или 3Д тур по офису, интерактивных возможностей, примеров и особенностей корпоративной культуры компании.

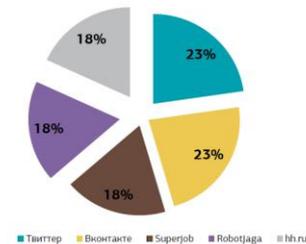


Анализ активностей в социальных сетях, мониторинг бренда работодателя

- Разработать и внедрить регулярную систему в размещении постов (о компании, истории успеха, корпоративная культура, мероприятия, колонка юмора и т.д.),
- Размещать интересные для пользователей приложения, опросы, календарь мероприятий (вирусный контент).
- Интегрировать вакансии в сообществе (перекрестные ссылки) на вакансии job-сайта (hh.ru и др.).
- Организовать конкурс среди текущих сотрудников компании на самый интересный пост, анекдот, либо фото-конкурс с выкладкой в сообществе компании.

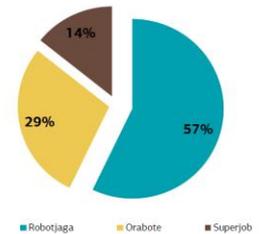


Рассмотрим площадки на которых были найдены упоминания о компании «ЛУДИНГ» как о работодателе



Основные площадки с упоминаниями

Вконтакте и Твиттер аннулировали ссылки на вакансии и интервью с работниками компании. Основное количество вакансий размещено на сайте Superjob.



Площадки размещения отзывов

Отзывы сосредоточены на сайтах «антидзоб», которые индексируются поисковыми системами Яндекс и Google, и попадают на первые страницы выдачи по запросу «ЛУДИНГ & (отзывы | работа | работодатель)»

[СТУДЕНТАМ](#)

[СТАРТ КАРЬЕРЫ](#)

[ПРОФЕССИОНАЛАМ](#)

[О РАБОТЕ В БАНКЕ](#)

[КОНТАКТЫ](#)

ОТПРАВИТЬ РЕЗЮМЕ

[🏠](#) > [О работе в банке](#) > [Преимущества](#)

Преимущества



В Альфа-Банке вы всегда встретите всестороннюю поддержку активных действий, ваших инициатив и начинаний, а также практик личного и профессионального саморазвития.

Профессиональная самореализация

- > реализовать свой потенциал и приумножить багаж своих знаний и опыта.

Бесценный опыт

- > испытать себя в «боевых условиях», на практике разобраться с тем, на что способен и к чему больше тяготеешь.

Уникальная атмосфера

- > оставаться самим собой – независимым, активным, инициативным – не смотря на все формальности и условности существующих банковских процессов.

Масштабные задачи

- > воплотить на практике уникальные идеи и принять участие в беспрецедентных проектах, используя мощную ресурсную базу амбициозного лидера рынка.

Контент-анализ: EVP конкурентов.

Корпоративные ценности



Перед любой крупной компанией стоит задача — сохранить тот основной стержень ценностей, вокруг которого строится деятельность компании в разных уголках России, на разных рынках, то есть в совершенно различных условиях.



МЫСЛИМ КАК ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ

Постоянно ищем новые прибыльные идеи!

Готовы идти на продуманный риск!

Умеем принимать решения в ситуации неопределенности!

СТРЕМИМСЯ К ЛИДЕРСТВУ

Ведём за собой, а не следуем за другими!

Фокусируемся на важном!

Достигаем поставленных целей!

РАБОТАЕМ В КОМАНДЕ

Команда – это не свое подразделение, а весь Банк!

Работаем на общий результат!

Относимся к коллегам с уважением и всегда стремимся помочь!

ПОСТОЯННО РАЗВИВАЕМСЯ

Постоянно развиваемся сами и помогаем развиваться нашим коллегам!

Помогаем развиваться клиентам, предлагаем уникальные технологии, наши знания и опыт!

ЦЕНИМ КЛИЕНТА

Стремимся создавать у клиентов только положительные впечатления, предлагая наиболее простое, понятное и удобное решение!

Строим честные партнерские отношения!

Уверены, что удовлетворенность внешних клиентов зависит от качества обслуживания и поддержки внутренних!

Контент-анализ: EVP конкурентов.

СТАТЬ ЦИФРОВЫМ ГУРУ

Ежемесячно в нашем учебном центре проходят 20-30 бесплатных тренингов от мировых производителей цифровой техники и электроники. Наши сотрудники разбираются в технике лучше всех, и ты тоже сможешь стать цифровым гуром вместе с нами.



3

ДАЛЕЕ >>>

РАСТИ ТАК БЫСТРО, КАК СМОЖЕШЬ

Стать директором магазина за год – это реально. Многие наши руководители начали свою карьеру в торговой сети «Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» с позиции стажера или продавца. Значение имеют только твои реальные достижения – мы поможем тебе вырасти.

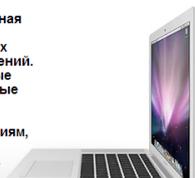
2

ДАЛЕЕ >>>



БЫТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ И КОМПЕТЕНТНОЙ КОМАНДЕ

«Белый Ветер ЦИФРОВОЙ» - специализированная сеть национального масштаба, лидер продаж мобильных решений и услуг, а так же цифровых продуктов для работы, дома, отдыха и развлечений. У нас самые профессиональные и компетентные сотрудники, максимально удобные и комфортные магазины. Мы делаем все возможное, чтобы удовлетворить интерес наших клиентов к мобильному интернету и беспроводным решениям, ноутбукам, коммуникаторам и мобильным телефонам, к цифровым развлечениям и играм.



ДАЛЕЕ >>>

1

ПОЛУЧАТЬ ДОСТОЙНУЮ ЗАРПЛАТУ

40 тыс., 60 тыс., 100 тыс.? Только от тебя зависит, сколько ты сможешь заработать в магазинах нашей торговой сети. Следи в режиме реального времени за тем, как увеличивается твой заработок по итогам месяца, становись лучшим продавцом и получай дополнительные бонусы – тот, кто хорошо работает, получает достойную зарплату.



ДАЛЕЕ >>>

4

ЦЕНИМ ОПЫТ ВДВОЙНЕ

Если ты сотрудник с опытом работы, то сразу можешь стать администратором или директором магазина. Опытные бойцы участвуют в программе «Наставник», обучают новичков и получают премию за их успехи.

6

ДАЛЕЕ >>>



РАБОТАТЬ С ЛУЧШИМИ КЛИЕНТАМИ

Наша торговая сеть была одной из первых, кто начал продавать ноутбуки в России. Вот почему среди наших клиентов немало известных и состоятельных людей. Но для нас самый лучший клиент тот, кто следит за новинками и приходит к нам регулярно. Эти люди не просто становятся нашими постоянными покупателями – они наши единомышленники в мире цифровой техники.

ДАЛЕЕ >>>

5



РАБОТАТЬ, УЧИТЬСЯ, ОТДЫХАТЬ

Тебе не придется жертвовать всем ради карьеры. Формируй свой рабочий график, успевай получать от жизни максимум. В этом тебе всегда помогут коллеги. У нас работают очень молодые и энергичные люди, с которыми интересно проводить свободное время.



7

Контент-анализ: EVP конкурентов.



Целевая аудитория
«Активные»
(возраст от 25 до 45 лет)

47%

от среднесписочной
численности

Ценностное предложение ОБИ



Живи без оглядок – в ОБИ полный порядок!



В ОБИ нет барьеров для большой карьеры!



Целевая аудитория
«Молодые»
(возраст до 25 лет)

20%

от среднесписочной
численности

Ценностное предложение ОБИ



В ОБИ все просто – выбери график для жизни и роста!



В ОБИ не до скуки – стань мастером на все руки!

РАБОТА В МАГАЗИНЕ РАБОТА В ОФИСЕ КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ СТУДЕНТАМ М.ТUBE М.РАДИО

УСПЕВАЙТЕ ВСЕГДА И ВЕЗДЕ

Мы предложим удобную именно вам форму занятости и подберём оптимальное место будущей работы – в непосредственной близости от места жительства или учёбы.
Управляйте своим временем и берите от жизни всё!

РАБОТА В МАГАЗИНЕ РАБОТА В ОФИСЕ КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ СТУДЕНТАМ М.ТUBE М.РАДИО

УЧИТЕСЬ И РАЗВИВАЙТЕСЬ

Мы предложим удобную именно вам форму занятости и подберём оптимальное место будущей работы – в непосредственной близости от места жительства или учёбы.
Управляйте своим временем и берите от жизни всё!

РАБОТА В МАГАЗИНЕ

нам не всё равно

ГОРДИТЕСЬ СВОЕЙ КОМПАНИЕЙ

«М.Видео» – одна из самых динамично развивающихся компаний в Европе и безусловный лидер среди российских розничных сетей по продаже электроники и бытовой техники.

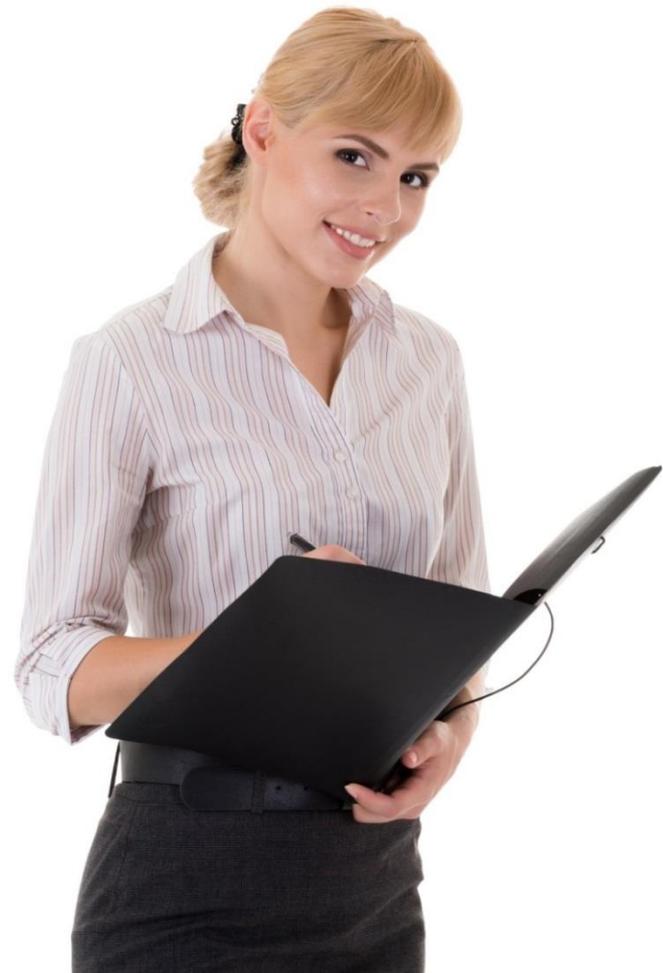
РАБОТА В МАГАЗИНЕ РАБОТА В ОФИСЕ КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ СТУДЕНТАМ М.ТUBE М.РАДИО

УВЛЕКАЙТЕСЬ И УВЛЕКАЙТЕ ДРУГИХ

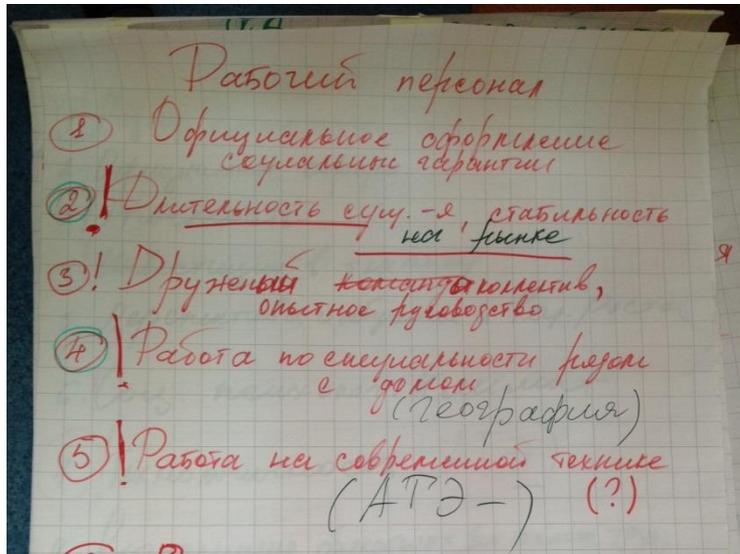
Найдите единомышленников и станьте частью уникального комьюнити MyLobby – сообщества увлечённых людей, которые добиваются мастерства в любимом хобби или просто интересуются чем-то, кроме работы и себя самого.

Выбор инструментов по оценке восприятия Целевой аудитории

1. Он-лайн опросы
2. Фокус-группы
3. Глубинные интервью
4. Телефонные интервью



Как рождается EVP? Work-shop с топ-менеджерами и владельцами бренда.



Work-shop должен проводиться профессиональными модераторами и экспертами и в области HR-бренда на территории Заказчика, либо компании-консультанта



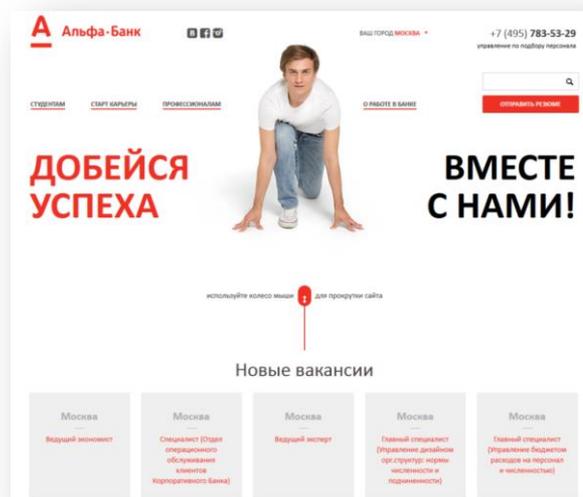
Стратегия продвижения. Ключевые каналы

Внешняя аудитория. Коммуникации:

- карьерный сайт, job-сайты, специальные онлайн площадки
- социальные сети, профессиональные онлайн сообщества
- видео
- онлайн игры
- реклама и PR в масс-медиа
- флаеры, листовки, специальные издания
- «сарафанное радио»
- наружная реклама

Мероприятия:

- дни карьеры, дни открытых дверей
- олимпиады, спортивные мероприятия
- семинары, мастер-классы, обучающие мероприятия, кейс-чемпионаты, профориентационные мероприятия
- благотворительные акции



Продвижение на рынке труда. Фрагмент Action-plan

Рекламный канал	Формат	Тип размещения	ЦА	Регион	Цель	Бюджет (запуск), руб.	Бюджет (поддержание, ежемесячно), руб.	Уровень эффективности для указанной ЦА и Цели (1-высший приоритет, 3 - тестовый режим)
ПРОФИЛЬНЫЕ ИНТЕРНЕТ-РЕСУРСЫ (включая региональные домены)	HeadHunter (hh.ru, carreer.ru, rabota.mail.ru)	вакансии работодателя баннерная реклама вакансий презентационная страница рекламная тсатья интервью конкурс	Карьера – ЦА молодые специалисты, Работа – линейные руководители и специалисты в регионах, НН – менеджеры всех уровней, офисный персонал, специалисты	Все регионы	закрытие конкретных позиций		Подробнее	1
КОНТЕКСТ	Контекстная реклама Yandex	объявления в поисковой выдаче	специалисты, руководители	Все регионы	закрытие конкретных позиций		30 000	1
	Контекстная реклама ClickMe (Headhunter - в личном кабинете соискателя, на странице поиска вакансий, на странице вакансии и на странице компании, социальная сеть Мой Мир, социальная сеть Одноклассники)	баннер для таргетированной целевой аудитории	Все ЦА	Все регионы	закрытие конкретных позиций	3 000	1 000	1
	Баннер в поисковой выдаче Yandex	баннер в поисковой выдаче	специалисты, руководители	Все регионы	закрытие конкретных позиций	5 000	45 000	1
	Контекстная реклама Google	объявления в поисковой выдаче	специалисты, руководители	Все регионы	закрытие конкретных позиций		30 000	1
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ	Google ремаркетинг	баннер для таргетированной целевой аудитории	специалисты, руководители	Все регионы	повышение лояльности целевой аудитории		30 000	1
	vk	создание и поддержание странички, таргетированная реклама, работа с профильными группами	выпускники, молодые специалисты	Москва и МО	повышение лояльности целевой аудитории	40 000	70 000	1
					закрытие конкретных позиций			1
	Одноклассники	создание и поддержание странички, таргетированная реклама, работа с профильными группами	выпускники, молодые специалисты	Москва и МО	повышение лояльности целевой аудитории	15 500	46 500	1
					закрытие конкретных позиций			1
	LinkedIn	создание и поддержание странички, таргетированная реклама, работа с профильными группами	специалисты, руководители	Все регионы	повышение лояльности целевой аудитории	11 000	1 500	1
					закрытие конкретных позиций			1
	Facebook	создание и поддержание странички, таргетированная реклама, работа с профильными группами	специалисты, руководители	Все регионы	повышение лояльности целевой аудитории	11 000	15 000	1
закрытие конкретных позиций					1			
ПЕЧАТНЫЕ СМИ	Газета и портал "Моя свобода"	рекламный модуль	синие воротнички (с/х рабочие)	Тула	закрытие конкретных позиций		10 000	2
	Газета "Моя реклама"	рекламный модуль	синие воротнички (с/х рабочие)	Тульская, Курская,	закрытие конкретных позиций		10 000	2
	газета и портал "Друг для друга Курск"	рекламный модуль	синие воротнички (с/х рабочие)	Курск	закрытие конкретных позиций		10 000	2
	Пензенская правда	рекламный модуль	синие воротнички (с/х рабочие)	Пенза	закрытие конкретных позиций		10 000	2
	В Белгороде журнал Агромакс, насколько понимаю, распространяется шире, чем по области http://www.agro-max.ru/	рекламная статья	Специалисты (с с/х образованием) с опытом от 2-х лет (инженеры, агрономы, спец.по защите растений и пр)	Белгород	повышение лояльности целевой аудитории	5 000	10 000	2
	Агромир журнал в Черноземье http://www.agromirch.ru/	рекламная статья	Специалисты (с с/х образованием) с опытом от 2-х лет (инженеры, агрономы, спец.по защите растений и пр)		повышение лояльности целевой аудитории	5 000	10 000	2
	тульский бизнес-журнал	рекламный модуль	руководители (директора хозяйства и элеваторов, руководители подразделений)	Тула	закрытие конкретных позиций		10 000	2
	Пенза-онлайн	рекламная статья текстово-графический блок	специалисты, руководители	Пенза	повышение лояльности целевой аудитории	5 000	30 000	2
					закрытие конкретных позиций			2
	ИА PenzaNews	рекламная статья текстово-графический блок	специалисты, руководители	Пенза	повышение лояльности целевой аудитории	5 000	30 000	2
закрытие конкретных позиций					2			
ИА Пенза-Пресс	рекламная статья текстово-графический блок	специалисты, руководители	Пенза	повышение лояльности целевой аудитории	5 000	30 000	2	
				закрытие конкретных позиций			2	
ПА Пенза-Авангард	рекламная статья		Пенза	повышение лояльности целевой	5 000	30 000	2	

Стратегия продвижения. Ключевые каналы

Внутренняя аудитория. Коммуникации:

- интранет, дайджесты, информационные рассылки
- корпоративные печатные издания
- корпоративное радио или ТВ,
- видео канал
- доски объявлений
- плакаты и постеры
- социальные сети

Внутренняя аудитория. Специальные мероприятия:

- корпоративные мероприятия,
- награждения сотрудников, конкурсы
- семейные праздники
- дни здоровья
- тематические пятницы
- конференции сотрудников
- личные встречи с руководством

Согласованность всех HR-процессов и практик от первого собеседования до exit интервью с концепцией HR-бренда





Успех неизбежен!
Спасибо за внимание!