

109044 г. Москва, Саринский пр-д 13, стр.28
тел. (495) 671-79- 52, 671-79-53



Оценка эффективности HR-бренда.

Как выжать больше?

Спикер: Крупецкая Екатерина Сергеевна,
генеральный директор Fenix Consult Group

Поколение Y: какие они?

Возраст: до 30 лет

Образование: несистемное, разнообразное,
направленное на
практический опыт

Что важно в работе и почему:

- содержание, а не смысл работы
- работа понятная и "не напряжная"
- комфортные условия работы
- работа не мешает жить
- неформальность отношений с начальством
- известность/узнаваемость работодателя
- возможность быстрого обучения
(поколение Y нетерпеливо)
- возможность стремительного
карьерного роста (амбициозность)



Как это делают глобальные компании McDonalds



Позиционирование компании

- Достойная зарплата
- Надежная компания
- Гибкий график
- Молодой коллектив
- Поощрения в виде подарков

МАКДОНАЛДС® ПЛАТИТ БОЛЬШЕ ЧЕМ ТЫ ДУМАЕШЬ

ВРЕМЯ РАБОТЫ	1900 РУБЛЕЙ	4500 РУБЛЕЙ	7000 РУБЛЕЙ	14000 РУБЛЕЙ	2000 РУБЛЕЙ
2 ДНЯ	КОГДА СОН ЛЕЖИТ ТОЛЬКО БИТСЯ	УДАВАЛОСЬ ЛИШЬ УТРАТЬ 40 ЧАСОВ В СУТКАХ	ОБНУ ВЕЛИКОЕ УЧЕБНОЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВО	ЕСЛИ СОВМЕЩАТЬ 3 ДОЛЖНОСТИ, КАК МЕНЕДЖЕР...	
1 НЕДЕЛЯ**	ЕСЛИ РАБОТАЕШЬ 2 ДНИ В НЕДЕЛЮ	КОГДА РАБОТАЕТ ТОЛЬКО ОДИН ДЕНЬ ОТДОХНУ	СОН ДОРОЖЕ ДЕНЕГ	МЕНТАТЬ НЕ ВРСЕДНО	СПЕРВА НАДО ДОРАСТИ ДО ДИРЕКТОРА
1,5 НЕДЕЛИ	КОГДА НА РАБОТУ УХОДИТ СТОЛЬКО ЖЕ ВРЕМЕНИ, СКОЛЬКО НА ЗАРПЕДУ	КОГДА РАБОТАЕТ ТОЛЬКО ОДИН ДЕНЬ ОТДОХНУ	КТО ОКАЗАЛ, ЧТО В СУТКАХ 24 ЧАСА?	НЕ ИМЕЙ 20 000 РУБЛЕЙ, А ИМЕЙ 100 ДРУЗЕЙ	
3 НЕДЕЛИ	КОГДА РАБОТА — КАК ПРАЗДНИК: РЕДКО, НО МЯГКО	ЕСЛИ ТВОЙ РАБОЧИЙ ДЕНЬ 2 ЧАСА	НЕ ЗАРАБОТАЕТ ТОЛЬКО ЛЕНИВЫЙ	КОГДА ГЕМИКОСТ ДО МЕНЕДЖЕРА — ЗАГРУСТОТ!	
1 МЕСЯЦ	БАЛ ОДИН ТОВАРИЩ, ВЯДЕЛИ ЕГО ПАРУ РАЗ ЗА РАБОЧЕМ МЕСЯЦЕ	ЕСЛИ У ТЕБЯ В МЕСЯЦЕ 25 ВЫХОДНЫХ ДНЕЙ :-)	НАГРИ АТЬСЯ НЕ ТВОЕЙ ПРОФИЛЬ?	СРЕДНИЙ ЗАРПЛАТА НАШИХ РАБОТНИКОВ	

РАБОТАЙ В МАКДОНАЛДС® ЦЕНИ СВОЕ ВРЕМЯ

УЗНИЙ БОЛЬШЕ НА WWW.MCDONALDS.RU ПО ТЕЛЕФОНУ (495) 933 70 27 ИЛИ У ЛЮБОГО МЕНЕДЖЕРА РЕСТОРАНА

* В среднем работник работает 2-3 дня в неделю
** 1 неделя — это 7 дней

КЛЕВЫЙ ФОТОК ЗА 2 МЕСЯЦА РАБОТЫ В МАКДОНАЛДС
— ШАНС ПОСНИМАТЬ НА ОЛИМПИЙСКИХ ИГРАХ

РАБОТАЙ В МАКДОНАЛДС!
ДОСТОЙНАЯ ЗАРПЛАТА, ЧТОБЫ БЫТЬ НЕЗАВИСИМЫМ

РАБОТА В НАДЕЖНОЙ КОМПАНИИ,
ЧТОБЫ ЧУВСТВОВАТЬ УВЕРЕННОСТЬ В БУДУЩЕМ

ПРЕМИИ КАЖДЫЕ 3 МЕСЯЦА,
ЧТОБЫ ВАЛОВАТЬ СЕБЯ ЧАШЕ

ГИБКИЙ ГРАФИК,
ЧТОБЫ ВСЕ УСПЕВАТЬ

КОМАНДА,
ЧТОБЫ ВСЕГДА БЫЛО НА КОГО ПОЛОЖИТЬСЯ

по вопросам трудоустройства обращайтесь к любому менеджеру ресторана

WWW.MCDONALDS.RU **ЦЕНИ СВОЕ ВРЕМЯ**

Как это делают глобальные компании McDonalds



ПОТ КТО ДЕЛАЕТ МАКДОНАДС

«ЗА РУКОЙ СЛЕДУЕТ ВЗГЛЯД, ЗА ВЗГЛЯДОМ — УМ, ЗА УМОМ — НАСТРОЕНИЕ» — ГОВОРИТСЯ ОБ ИНДИЙСКИХ ТАНЦАХ. СОЗДАВАТЬ НАСТРОЕНИЕ УМЕЕМ И МЫ — НАШИ ГОСТИ ЧУВСТВУЮТ ЭТО»

ЯНА КОРДЯКОВА,
18 ЛЕТ, ЗАНИМАЕТСЯ ТАНЦАМИ,
ИНСТРУКТОР МАККАФЕ
В КОМАНДЕ МАКДОНАДС

ХОЧЕШЬ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К КОМАНДЕ МАКДОНАДС — СМОТРИ НА ЛЮБОМУ МЕНЕДЖЕРУ РЕСТОРАНА
WWW.KAKOSTOYAT.MCDONALDS.RU

ПОТ КТО ДЕЛАЕТ МАКДОНАДС

«ЛЮДЯМ, КАК И МАШИНАМ, НУЖНА ДОЗАПРАВКА. ПОЭТОМУ ЗДЕСЬ, КАК И НА ПИТ-СТОПЕ ФОРМУЛЫ 1. ВАЖНА БЫСТРАЯ И ТОЧНАЯ РАБОТА ВСЕЙ КОМАНДЫ»

СЕРГЕЙ ВОЛКОВ,
21 ГОД, УЧИТСЯ НА ИНЖЕНЕРА
АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ,
ИНСТРУКТОР МАКАВТО
В КОМАНДЕ МАКДОНАДС

ХОЧЕШЬ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К КОМАНДЕ МАКДОНАДС — СМОТРИ НА ЛЮБОМУ МЕНЕДЖЕРУ РЕСТОРАНА
WWW.KAKOSTOYAT.MCDONALDS.RU

ПОТ КТО ДЕЛАЕТ МАКДОНАДС

«ЗА ОДИН ГОЛОМ МОЖЕТ СТОЯТЬ ДО ТЫСЯЧИ ПАСОВ. В КОМАНДНОЙ ИГРЕ, КАК И В КОМАНДНОЙ РАБОТЕ, НЕТ ЛИЧНОЙ ПОБЕДЫ. ЭТО УСПЕХ ВСЕХ И КАЖДОГО»

ВЛАД КУЗНЕЦОВ,
23 ГОДА, МЕНЕДЖЕР
ПОЛУЗАЩИТНИК В ФУТБОЛЬНОЙ
КОМАНДЕ МАКДОНАДС

ХОЧЕШЬ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К КОМАНДЕ МАКДОНАДС — СМОТРИ НА ЛЮБОМУ МЕНЕДЖЕРУ РЕСТОРАНА
WWW.KAKOSTOYAT.MCDONALDS.RU

ПОТ КТО ДЕЛАЕТ МАКДОНАДС

«ХОРОШАЯ РАБОТА ДОЛЖНА НЕ ТОЛЬКО ХОРОШО ОПЛАЧИВАТЬСЯ, НО ЕЩЕ И ОСТАВЛЯТЬ ВРЕМЯ И СИЛЫ НА БЕСКОРЫСТНЫЕ ПОСТУПКИ»

НАТА КОВБАКОВА,
19 ЛЕТ, ВОЛОНТЕР В ЦЕНТРЕ
РОНАДА МАКДОНАДА,
МЕНЕДЖЕР В КОМАНДЕ МАКДОНАДС

ХОЧЕШЬ ПРИСОЕДИНИТЬСЯ К КОМАНДЕ МАКДОНАДС — СМОТРИ НА ЛЮБОМУ МЕНЕДЖЕРУ РЕСТОРАНА
WWW.KAKOSTOYAT.MCDONALDS.RU

Как это делают глобальные компании Google



Ценности

- забота о персонале
- забота о семье персонала
- забота о досуге персонала

Возможности

- обучение
- бесплатная юридическая консультация прямо на работе
- медицинские услуги, не выходя из офиса
- командировки по всему миру
- удобный график для мам и людей с ограниченными возможностями

Типичные проблемы Российских компаний



- нехватка квалифицированных кадров
- неблагоприятная демография
- требовательность соискателей и их новые ценности
- жесткая конкуренция среди работодателей
- отсутствие уникального конкурентного преимущества работодателя
- трудности с закрытием сложных вакансий
- трудности с удерживанием талантливых сотрудников

Актуальные тренды на рынке HR-брендинга



По мнению экспертов исследования
HR-брендинг, 2014



Бенчмаркинг и анализ конкурентов для работы с
вакансиями и сценариями на собеседованиях



Активное создание и трансляция
ценностей работы в компании.



Создание карьерного сайта и проведение
рекламных кампаний для соискателей.



Вирусная коммуникация с соискателем.
SMM как интерактивный канал
и рекомендательный рекрутинг.

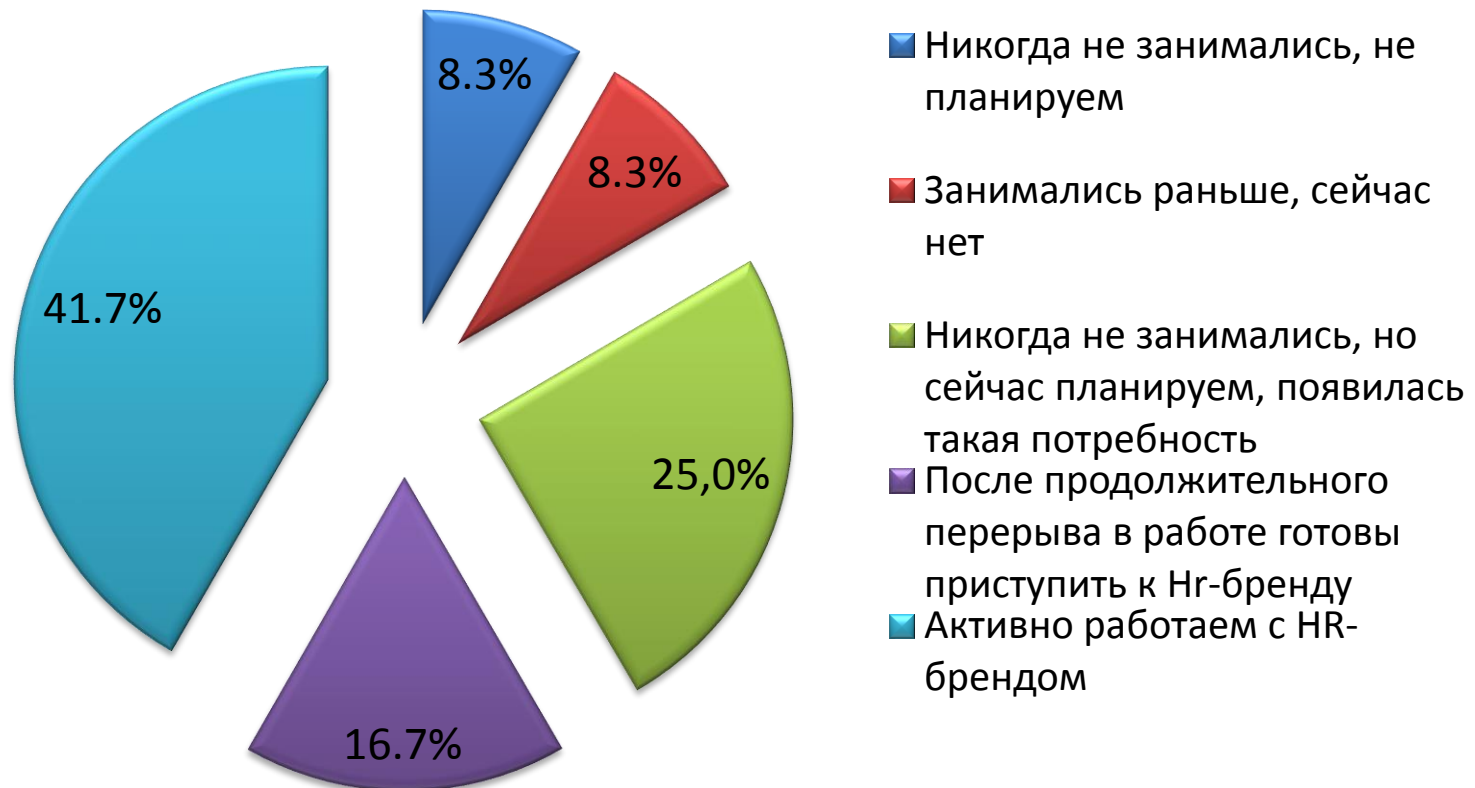


Внутренний маркетинг: лояльность, обучение,
корпоративная культура.

Результаты исследования готовности к HR-брендингу российских компаний



Ваша компания занимается HR-брендом?*



*По данным исследования компании Контакт, 2013

Ценностное предложение HR-бренда (EVP)



Этап 1.

Формирование ценностного предложения **HR-бренда**

Этап 2.

Трансляция ценностного предложения **HR-бренда** во внутренней и внешней среде

Авторская методика «Оценка ценностных ориентаций»



**Выявление ценностного профиля
компании и подразделений**



**Выявление наиболее устойчивых,
"якорных" ценностей компании**



**Выявление и анализ системы
взаимоотношений в коллективе**



**Построение прогнозов по сотрудникам,
подразделениям, компании в целом по направлениям:**

- профессиональное развитие в компании
- взаимодействие внутри подразделения
и между подразделениями
- успешность решаемых задач



**Рекомендации по формированию/корректировке
ценностной платформы HR-бренда компании**



**Разработка программы дальнейших действий
по трансляции ценностей HR-бренда внутри компании
и внешней среде**

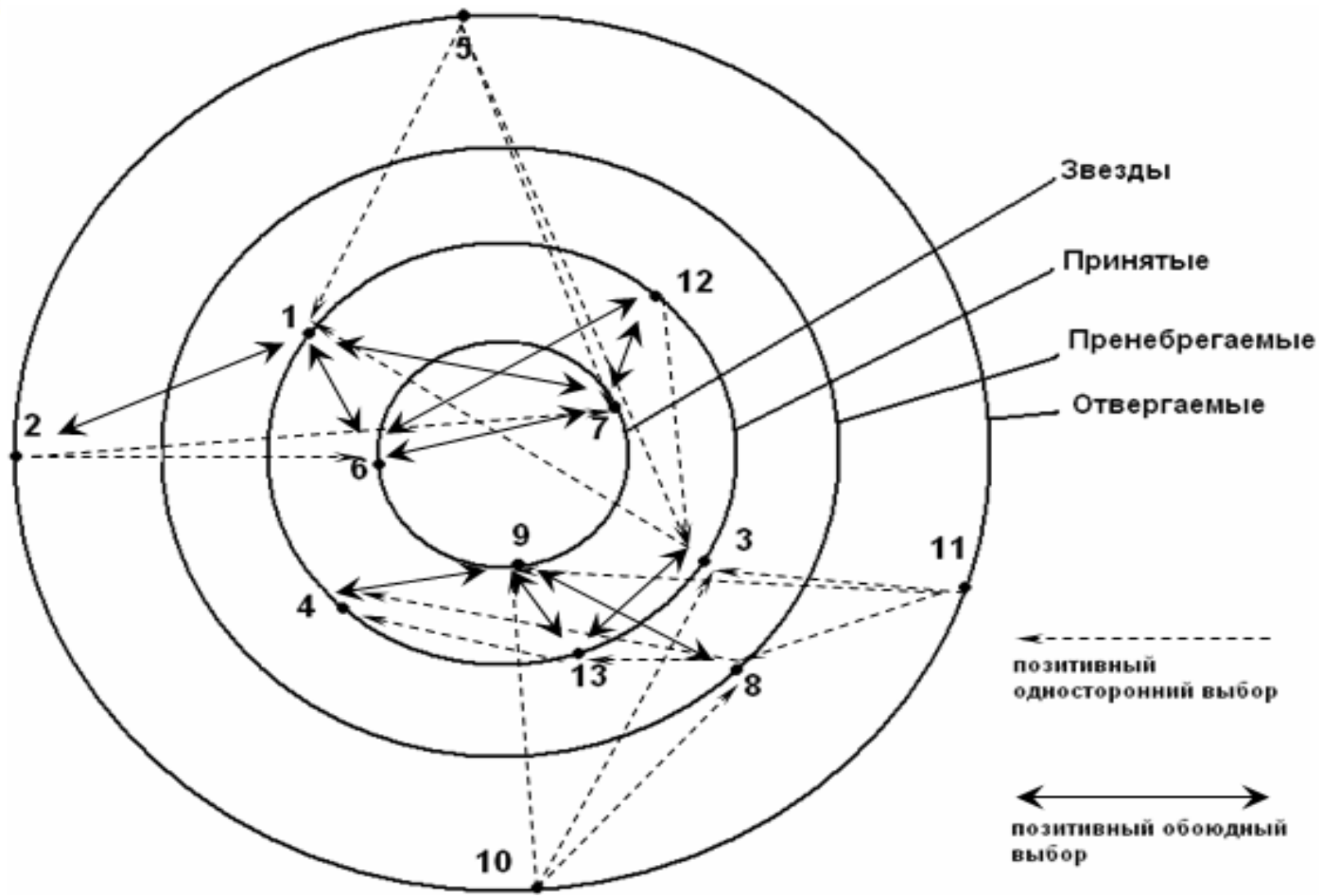
Пример представления итогов исследования



Построение иерархии ценностных ориентаций группы

Ценности	Среднее по всей группе	Номер ценности по всей группе
любовь	2,22	1
здоровье	2,22	1
творчество	2,28	2
активная деятельная жизнь	2,33	3
продуктивная жизнь	2,50	4
жизнерадостность	2,50	4
Развитие	2,50	4
широта взглядов	4,06	17
самоконтроль	4,11	18
высокие запросы	4,28	19
аккуратность, чистоплотность	4,39	20
твердая воля	4,44	21
рационализм	4,56	22
исполнительность	4,89	23
непримиримость к недостаткам в себе и других	5,61	24

Выявление системы Взаимоотношений в группе



Этапы реализации проекта по выявлению ценностей



Этап 1

Изучение системы взаимоотношений в коллективе

Этап 2

Более глубокое изучение ценностных ориентаций лидеров мнений в коллективе

Этап 3

Формирование EVP на основе выявленного ценностного профиля компании с учетом стоящих перед компанией задач

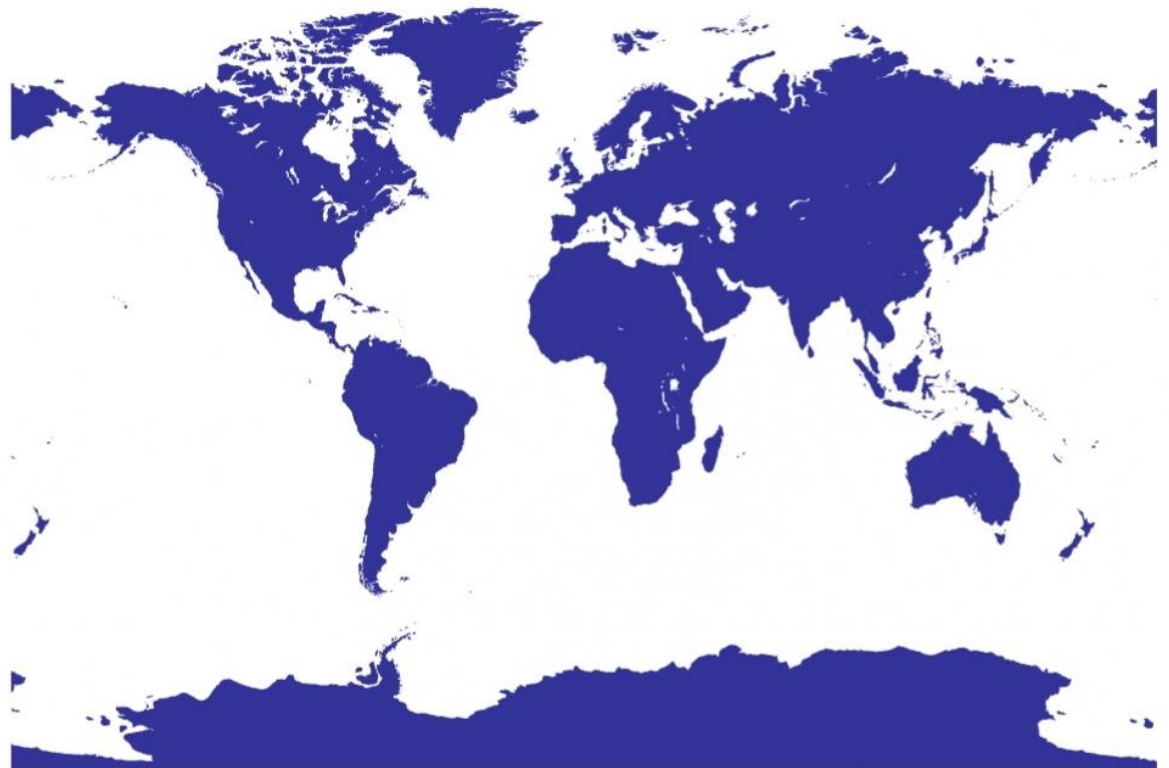
Этап 3: Транслирование ценностного предложения HR-бренда



Коммуникативные каналы:

⇒ Внешние

⇒ Внутренние



Внешние каналы транслирования ценностей HR-бренда



Общие каналы привлечения покупателей

Вакансии в "рабочих" изданиях

Объявления в торговых точках

Объявления в общественном транспорте

Участие/проведение специализированных мероприятий для соискателей

Online-каналы трансляции ценностей HR-бренда

Вакансии на "рабочих" сайтах

Карьерный раздел на официальной странице сайта, HR-сайт

Социальные сети

Управление репутацией компании как работодателя

Каким должен быть правильный HR-сайт и HR в SMM



HR-сайт

Удобный конструктор резюме
Возможность пройти тестовое задание онлайн
Онлайн-запись на собеседование

+ для соискателей:
экономия времени, применение новых технологий



HR в SMM

Ведение официальной страницы
в социальных сетях
Ведение официального блога
Управляемое информационное поле HR-бренда
по запросам "отзывы"



Внутренние каналы транслирования ценностей HR-бренда



Отлаженная система подбора и обучения



**Выстроенная система клиентского сервиса,
позволяющая гордиться работой в компании**



**Внутренние интранетные сети, социальные сети,
блоги для корпоративных нужд компании**



Корпоративные СМИ (печатные и электронные)



Мероприятия для персонала



**Отлаженная система работы с лояльностью персонала
включая регулярные исследования лояльности**

Кейс 1. Комплексная программа по развитию персонала и построению HR-бренда в парке развлечений

Клиент

Крупнейший парк развлечений в Сочи

Проблемы с персоналом



Сезонность работы
приводит к постоянной
потребности в обучении
персонала.



Из-за частой
смены персонала
сложно выстроить
командные отношения
в коллективе



Нездоровая обстановка
внутри коллектива.
Случаи махинации



Конкуренция среди
работодателей

Проблемы с посетителями



Отрицательные отзывы
от посетителей о парке
в интернете



Частые конфликтные ситуации
в парке между посетителями и
персоналом

Реализация комплексной программы формирования HR-бренда



- ■ ■ ➔ Проведение внутренних и внешних исследований, направленных на изучение ценностей соискателей и сотрудников
- ■ ■ ➔ Анализ конкурентов на рынке труда
- ■ ■ ➔ Формирование ценностного предложения HR-бренда Парка
- ■ ■ ➔ Описание и регламентация бизнес-процессов по подбору персонала
- ■ ■ ➔ Внедрение системы наставничества и обучения для новичков
- ■ ■ ➔ Внедрение системы повышения квалификации для развития сотрудников
- ■ ■ ➔ Обучение управленческим компетенциям
- ■ ■ ➔ Постановка системы клиентского сервиса
- ■ ■ ➔ Внедрение аттестации сотрудников и прозрачной мотивации по ее итогам
- ■ ■ ➔ Внедрение регулярных исследований лояльности сотрудников (в т.ч. и метод "Тайный покупатель")
- ■ ■ ➔ Формирование свода правил с корпоративными ценностями HR-бренда
- ■ ■ ➔ Запуск рекламных кампаний по управлению репутацией на основе сформированного предложения

Достигнутые результаты



- ↑ **Формирование профессиональной Службы Управления
Персоналом Парка**
- ↑ **Полная ликвидация проблемы с недобором персонала в сезон**
- ↑ **Формирование профессионального "костяка" персонала Парка**
- ↑ **Повышение количества отзывов о работе персонала Парка в разы**
- ↑ **Повышение количества заполненных анкет посетителями Парка**
- ↑ **Увеличение выручки по всем видам аттракционов на 10 и более %**
- ↑ **Увеличение выручки по призовым аттракционам на 30 и более %**
- ↑ **Улучшение качества клиентского обслуживания (по данным ежедневных исследований)**



Кейс 2 по работе с HR-брендом



Клиент

Компания занимается организацией крупных деловых мероприятий. Сотрудники получают зарплату только с процента от продаж, в связи с чем возникает большая текучка кадров

Проблема

Активная деятельность конкурентов привела к тому, что весь ТОП-20 по брендовым запросам был заполнен сплошным негативом

В итоге соискатели стали отказываться от рассмотрения вакансий компании

Ситуация накануне важнейшего мероприятия, организованного Компанией

- отказы уже зарегистрированных участников
- увольнения только что принятых менеджеров
- отказы от назначенных собеседований
- компания полностью потеряла статус "Работы мечты"

Стратегия корректировки инфополя бренда



Этап 1

Анализ поисковой выдачи
по брендовым запросам
размещенных вакансий
конкурентов в разрезе
требований, условий

Этап 2

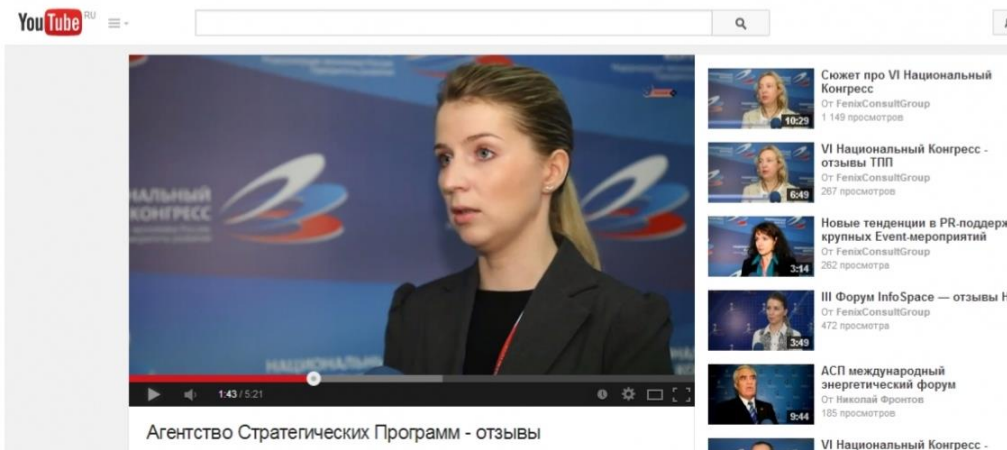
Корректировка информационного
поля HR-бренда:

- Страница вакансий на собственном сайте
и сайтах по подбору персонала
- Привлечение следующих каналов:
LifeJournal
СМИ
Агенты влияния
SEO
- Создание и продвижение видео
с отзывами персонала
- Сценарии общения на собеседованиях
и по телефону с соискателями
- Система работы с лояльностью
имеющихся сотрудников

Достигнутые результаты

В первые 3 месяца:

- Привлечено к обсуждению более 20 блогеров. Ими было создано более 300 комментариев.
- Деятельность компании освещало более 20 СМИ
- HR-ролик о компании просмотрели более 250 раз
- В х2 раза увеличилось число собеседований
- На работу было принято 8 сотрудников
- Выдача по брендовым запросам состояла на 90% из положительного и нейтрального контента



Наши клиенты



Наши сайты



+7 (495) 671-79-53



[О компании](#)

[Услуги](#)

[Портфолио](#)

[Новости](#)

[Контакты](#)

- SMM и SMO
- Управление репутацией бренда
- Управление отзывами
- Скрытый маркетинг
- Пиар
- Реклама на YouTube

Эксперт по маркетинговым услугам

www.fenixconsult.ru

www.marketanalitika.ru

www.fenixsmo.ru

www.fenixconsultgroup.com

www.marketbaza.ru

Спасибо за внимание ☺

Наши контакты:

(495) 671-79-52

(495) 671-79-53

(495) 720-13-80

info@fenixconsult.ru

facebook.com/fenix.consult.group