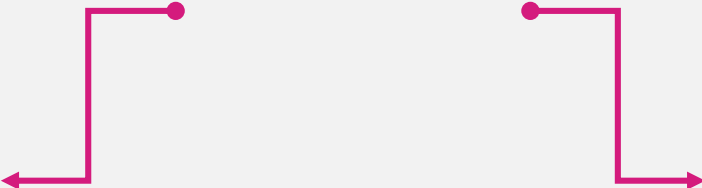


HR ПРОГРАММЫ РОСТА ПРИБЫЛИ КОМПАНИЙ



**программы развития бренда
работодателя:** привлечение
лучших, удержание сильнейших.

Если у вас уже сильный HR бренд переходите сразу к слайду 11©.

программы развития персонала:
поддержание интереса к работе,
круче специалисты, выше КПД.

ДА Рынок труда стал рынком соискателя.
Предложения о работе, которые кажутся «вкусными» HR-менеджеру, больше не привлекают соискателей.

Кандидаты не доходят до собеседований или, проработав пару дней, пропадают.



HR- маркетинг не первый год находится в топе современных трендов.

ДА

ПОЧЕМУ ПО-СТАРИНКЕ БОЛЬШЕ НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ?

64 %

заявили **о плохих отзывах** о потенциальном работодателе.

80 %

кандидатов читают отзывы сотрудников **при выборе работы**.

93 %

готовы уйти, ради компании с отличной репутацией.

73 %

Соискателей **не приходят на подтвержденные** собеседования

13 %

только 13% сотрудников **готовы рекомендовать** своего работодателя.

7

как минимум **7 отзывов** просматривают соискатели, чтобы принять решение.

3-5

1 отрицательный отзыв нивелируется **от 3 до 5 положительных** отзывов

62 %

молодых соискателей при выборе **смотрят на возможности обучения** и развития в компании.

Прагматично

Что выгоднее: выше зарплата, интереснее бонусы, удобнее месторасположение, график.



Эмоционально

При прочих равных или даже с небольшой разницей, кандидат выберет то, что у него вызывает отклик, с чем возникает чувство сопричастности.

кандидат **выбирает** работодателя, также как покупатель товар в магазине

Как выделиться на фоне?

Чем привлечь к себе внимание лучших?

С такими задачами маркетинг работает **ПОСТОЯННО**.
Используйте этот опыт!

1

У Вас есть понимание и идеи, как сделать. Но не понятно с какой стороны подступиться.

Мы дадим инструменты и технологии, как развивать HR маркетинг в компании: готовые шаблоны и инструкции по внедрению.

2

Вы хотите все реализовать сами, но нужно экспертное мнение и помощь в конкретных вопросах.

В формате консультации мы сядем с вами и разберем: чего вы хотите, к чему должна прийти компания через период: что мешает, а что поможет.

Вместе проанализируем, выдвинем идеи решения и обсудим способы реализации.

3

Вы ставите задачу, определяете цели и сроки и не тратите ценное время на разработку.

Мы обсудим текущую ситуацию, поймем характер и стиль компании. И разработаем программу действий для создания HR бренда. Поможем реализовать, контролируя и повышая эффективность каждого шага.

28 ИНСТРУМЕНТОВ ПРАКТИЧЕСКОГО HR

МАРКЕТИНГА



- Модели оценки ситуации
- Матрицы набора команды
- Техники вовлечения

- Правила построения HR бренда
- Лайфхаки работы со смыслами
- Способы управления изменениями

ГОТОВЫЕ ШАБЛОНЫ И ИНСТРУКЦИИ ПО ВНЕДРЕНИЮ

1

STEEP-анализ

2

Модель CIPD

3

Матрица RACI

4

5 сил Портера

5

WIIFM factor

6

Код PAIE

7

TB (Reason to Believe)

8

4 способа трансформации сотрудников в амбассадоров

9

Матрица управления комплексом изменений

10

Этапы формирования внутреннего HR-бренда

11

Этапы создания внешнего HR-бренда

12

Процессы стратегического HR маркетинга

13

Процессы оперативного маркетинга персонала

14

Пять вопросов, ответы на которые вы должны знать

ЦЕНТР ПРАКТИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

15

Выходное интервью

16

Ошибки в HR-брендинге

17

Методы тестирования EVP

18

Алгоритм разработки EVP

19

Функционал HR бренд-менеджера

20

Матрица интегрального подхода

21

Матрица состояния HR-брендинга

22

Метрики бренда работодателя

23

16 элементов бренда работодателя

24

9 HR-стартапов, которые изменят представление

25

Как определять систему ценностей кандидата

26

показатели для оценки инвестиций в HR-брендинг

27

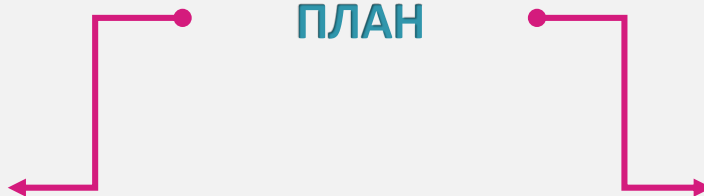
способы расчета эффективности маркетинга персонала

28

Ошибки при построении ассоциативной сети HR-бренда

В ФОРМАТЕ КОНСУЛЬТАЦИИ ВМЕСТЕ ПРОАНАЛИЗИРУЕМ, РАЗРАБОТАЕМ РЕШЕНИЯ И

ПЛАН



- 28 инструментов HR маркетинга
- Шаблоны для работы
- Инструкции
- Ответы на вопросы

- Найдем решения и изменения, которые вызовут минимум сопротивления
- Найдем идея для решения конкретных проблем и вопросов с персоналом

КОГДА НУЖНО ЭКСПЕРТНОЕ МНЕНИЕ И ПОМОЩЬ В КОНКРЕТНЫХ ВОПРОСАХ

**ВЫ ОПРЕДЕЛЯЕТЕ ЦЕЛЬ,
СТАВИТЕ ЗАДАЧУ, СРОКИ.
МЫ ВСЁ АНАЛИЗИРУЕМ
И ПРЕДЛАГАЕМ ГОТОВОЕ
РЕШЕНИЕ**

Наша Система «взгляд в зеркало» эффективна, потому что:

- Мы не Европа и не Америка. Что им хорошо - у нас может раздражать и не прижиться.
- Нельзя молодым навязать возрастные решения
- Нельзя пенсионеров превратить в пионеров

- Предлагаем решения и методы, которые вызовут минимум сопротивления
- Найдем идея с которыми всем в компании будет комфортно.
- Влюбим сотрудников в компанию

ВЫИГРЫВАЮТ ТЕ, КТО НЕ БОИТСЯ ИЗМЕНЕНИЙ

1

Мы дадим инструменты и технологии, как развивать HR маркетинг в компании:
28 готовых шаблоны и инструкций по внедрению.

20 000 рублей без учета налогов

2

В формате консультации сядем с вами и разберем: чего вы хотите, что мешает, а что поможет. Вместе проанализируем, выдвинем решения и обсудим реализацию.

От 5 000 рублей/час без учета налогов

3

Мы разработаем программу действий для создания HR бренда. Поможем реализовать, контролируя и повышая эффективность каждого шага.

От 40 000 рублей без учета налогов



НАШИ «КУЗНЕЦЫ КАДРОВ» - ТРЕНЕРА

Пока сотрудники неизбежно упираются в планку своего видения.

**Бизнес-тренер помогает видеть вещи в перспективе
позволяет взглянуть на вещи более объективно.**

ЧЕМ ПЛОХ ОДИН ТРЕНЕР В ШТАТЕ



Конкретный тренер успешен в определенной тематике.

Ограничен кругозор и при росте компании появится потребность расширять штат тренеров



Не потянет, когда есть **необходимость постоянно** развивать сотрудников и создавать новые программы



Не потянет, когда **предполагаются различные** темы обучения для сотрудников на разных позициях



Со временем глаз замыливается.
Попадает в колею «и так сойдет»



Опасность звездной болезни.
Иллюзия собственной гениальности и остановка роста

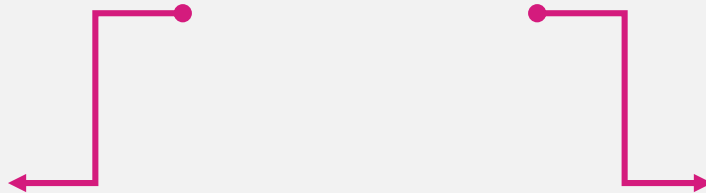


Заменить нечем, когда нужен. но когда потребности нет - **пустые затраты средств**



Семейный врач, знает всю вашу историю семьи и поэтому более эффективен, когда нужна помощь. Но он не живет в семье, поэтому не болеет вместе с вами, вашими болезнями.

Единая команда внешних тренеров - такой семейный врач для компании: во всем разбирается, все знает, но не болеет вашими недугами.



НА ЭТАПЕ ПОДГОТОВКИ НАШИ ТРЕНЕРА ИЗУЧАЮТ

- Специфику товара
- Статистику рынка
- Факторы, влияющие на динамику продаж
- Лучшие (худшие) образцы поведения продавцов
- Реакцию групп покупателей на ту или иную технику продаж

НОВЫЕ РЕШЕНИЯ ВСЕГДА ДАЮТ НОВЫЙ РЕЗУЛЬТАТ.

Часто именно тренер, никогда не занимавшийся сбытом, допустим, канцелярии, проводит самые эффективные тренинги по продаже этой группы.

- Единая команда внешних тренеров – это нетипичные решения для рынка, эффект встряски
- Единая команда внешних тренеров – растущий арсенал знаний, не ограниченный одной личностью.



Проведем тестирования и построим личную карту/план роста для сотрудников (всех или выделенной группы):

- Личностные (тайм-менеджмент, управление конфликтом, умение формулировать мысли, стресс-менеджмент, постановка целей и т.п.)
- Профессиональные (продажи, реклама, маркетинг, логистика, закупки и т.п.)
- Отраслевые (обучение по продукту)



Ведем «карточку» каждого. Структурируем всю информацию, актуализируем и в любой момент сотрудник может увидеть свой прогресс.

- Отмечаем рост/изменения
- Корректируем план «тренировок»
- Уточняя личностные/профессиональные цели по мере роста



Корпоративная работа - обучения и тимбилдинги направленные на создание атмосферы в компании и HR Бренда



Один тренер с этим не справится поэтому у нас есть профи для любого случая жизни.

Мастерство в том, чтобы рассказать так, чтобы поняли именно вы и ваши сотрудники:

- Личность тренера
- Знания
- Манера

1

Вводная встреча: обсуждаем, что вы хотите для себя и сотрудников. Как вы себе видите процесс обучения, развития и результаты.

Предлагаем план обучения с подбираем тренеров, которые будут наиболее эффективны для ваших целей.

2

Согласовываем календарь и ставим цели для отделов или каждого сотрудника.

Подписываем договор, оплата и начинаем работать по плану.

3

Текущая работа, ведение отдела/сотрудников - контроль результатов, роста. Раз в период вносим изменения: фиксируем прогресс, уточняем новые цели.

По необходимости предлагаем новых спикеров, кто сможет лучше решить усложняющиеся цели