

В ходе конференции на тему «HR-брендинг и Digital-рекрутинг», которая прошла в Краснодаре, эксперты рекомендовали работодателям больше коммуницировать с сотрудниками при работе над HR-брендом и формированием имиджа компании. Мероприятие прошло в стратегическом партнерстве «АльфаСтрахование» и портала по трудоустройству HeadHunter в рамках проекта «АльфаСтрахование» «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций».

Во время конференции гости обсудили инструменты привлечения, удержания и мотивации персонала. Эксперт Консалтингового центра HeadHunter в Санкт-Петербурге Елена Зельдина выступила с презентацией «HR-брендинг или битва за эффективность», в ходе которой рассказала о том, как плотно HR-бренд связан с формированием рабочей среды и созданием образа компании в глазах всех, кто в ней работает. Важно не то, что работодатель думает о своей компании, а что о ней говорит ее персонал.

Одним из способов оценки эффективности HR-бренда является опрос сотрудников, состоящий из нескольких пунктов: опрос текущих сотрудников, увольняющихся работников, мониторинг репутации компании в соцсетях, создание фокус-группы, проведение собеседований с соискателями, конкурентный анализ, а также использование метода «тайного соискателя». С помощью опросов можно оценивать не только уровень удовлетворенности персонала, но и сильные и слабые стороны компании, качество внутренних коммуникаций, портрет целевой аудитории компании, отношения в коллективе в целом и к руководству компании в частности. Исследования должны мотивировать работодателя проводить положительные изменения, поэтому начинать их нужно только тогда, когда есть готовность к этим изменениям, а также к возможным отрицательным результатам.

Эксперт также рассказала о новых подходах к HR-бренду, аналитике и исследованиям в HR-брендинге, алгоритму продвижения и креативной концепции, необходимой для эффективной работы.

Тему мотивации, а также повышения лояльности персонала путем заботы о его здоровье продолжили директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование» Егор Сафрыгин и коммерческий директор здравницы «Лаго-Наки» Антон Чаленко. Ирина Веретенникова, директор макрорегиона Юг компании HeadHunter провела мастер-класс «3D-воронки рекрутинга как основа экономии времени, сил и денег при подборе персонала». Она рассказала, как воронки рекрутинга помогают работодателям найти оптимальный и наименее затратный способ поиска кандидатов.

«Лояльный мотивированный персонал – основа успешной деятельности любой организации, поэтому важно минимизировать ошибки в процессе работы с помощью всех доступных современных средств, — говорит Егор Сафрыгин. — Конференция «HR-брендинг и Digital-рекрутинг» — площадка для обмена не только интересной теорией, но и полезными практическими наработкам. Мастер-классы помогли компаниям определить подход к реализации полученных знаний, увидеть, какие плюсы и минусы присутствуют в их работе, как сделать ее более эффективной».

Источник: Википедия страхования, 27.03.2017