

Имидж компании как работодателя. HR-бренд.

Ольга Щур (Бронникова)
Руководитель службы корпоративных
коммуникаций АВВУУ

HR-бренд и работа с внешними аудиториями

- Определение HR-бренда
- Зачем укреплять HR-бренд?
- Внутренние и внешние составляющие HR-бренда
- Негативные факторы, критично влияющие на HR-бренд компании
- Направления работы по укреплению HR-бренда
- Примеры мероприятий, ориентированных на внутреннюю, внешнюю аудитории
- Примеры некоторых мероприятий АBBYУ в рамках укрепления HR-бренда

Определение HR-бренда

- **HR-бренд – это совокупность представлений о компании как о работодателе, во многом эмоциональная и субъективная. Это имидж компании в глазах соискателей и остальной общественности.**

Зачем укреплять HR-бренд?

- Основной капитал компании в современном мире – это сотрудники. Потребности развития, конкурентная борьба, возросшая скорость развития технологий диктуют компаниям необходимость нанимать самый квалифицированный персонал. При этом демографическая ситуация, и низкий уровень образования сильно ограничивают круг кандидатов, удовлетворяющих требованиям.
- В борьбе за лучших сотрудников компаниям приходится изобретать новые способы привлечения и удержания людей.

Зачем укреплять HR-бренд?

- Позитивный HR-бренд дает возможность компании выбирать лучших сотрудников и платить им меньше по сравнению с конкурентами. Это влечет за собой снижение расходов на подготовку кадров, уменьшает расходы, связанные с текучестью кадров, так как хороший имидж работодателя работает и на внутреннюю аудиторию.
- Кроме того, HR-бренд вызывает лояльность родственников вашего сотрудника, что весьма немаловажно для его стабильной, спокойной и эффективной работы.

Внутренние составляющие HR-бренда

- Корпоративная культура (корпоративные ценности, стиль поведения топ-менеджмента)
- Условия труда в компании (белая зарплата, рабочие места, безопасность, расположение и удобство офиса, питание)
- Возможности обучения и роста
- Справедливая система вознаграждения
- Доверие сотрудников руководству, понимание целей компании и собственных задач в рамках достижения этих целей

Внешние составляющие HR-бренда

- Стабильность компании (возраст, место на рынке и т.п.)
- Характер продукции компании (имеет мировую известность? не приносит ли вред людям? и т.п.)
- Конкурентоспособная заработная плата
- PR-активность компании (реклама на улицах и в транспорте, креативные рекламные ролики, активные упоминания имени компании в прессе, поддержка раскрученных мероприятий и т. п.)
- Руководство компании, его имидж (известность личностей, их общественная активность)
- Вклад компании в развитие общества (глобальная польза от основной деятельности компании, благотворительность, волонтерские программы, экологичность).

Тяжелые негативные факторы

- Проблемы компании с законом
- Конфликты с госорганами
- Неадекватность топ-менеджеров
- Закрытость топ-менеджеров
- Некачественная продукция

Направления работы по укреплению HR-бренда

- улучшение корпоративной культуры
- повышение социальной активности компании
- создание программ развития персонала
- развитие социального пакета
- повышение узнаваемости бренда компании в среде соискателей
- участие сотрудников в благотворительных и волонтерских программах
- создание программ лояльности бренду родственников сотрудников

Закрепление материала этого блока

- Мы определили HR-бренд и озвучили предпосылки повышенного внимания к HR-бренду и причины, заставляющие нас прикладывать специальные усилия по его укреплению.
- Мы рассмотрели внутренние и внешние составляющие HR-бренда, а также негативные факторы, критично влияющие на него.
- Мы обрисовали общих чертах основные направления работы по укреплению HR-бренда.
- Мы подошли вплотную к конкретным примерам мероприятий по формированию и поддержке HR-бренда, направленных на различную аудиторию.

**Рекомендуемая книга: Ольга Бруковская, Нина Осовицкая
«HR-Бренд. 5 шагов к успеху вашей компании»**

Мероприятия, ориентированные на внутреннюю аудиторию

- повышение качества и удобства офиса, современный дизайн
- разнообразные опции соцпакета
- внутренние клубы
- благотворительные и волонтерские мероприятия
- дни профессии
- профессиональные конкурсы
- встречи с руководством
- организация и поддержание эффективной системы обратной связи
- премии за рекомендацию в компанию друзей и родственников
- и многое другое

Мероприятия, направленные на молодых соискателей

- программы работы с ВУЗами и школами:
- ярмарки вакансий
- страницы о работе на сайтах ВУЗов
- базовые кафедры компаний в целевых ВУЗах
- студенческие клубы на базе компаний
- стажировки студентов в компаниях
- участие в качестве жюри на различных межвузовских конкурсах
- летние лагеря для школьников под эгидой бренда (математические, программистские летние школы и т.п.)
- деловые игры
- и многое другое

Программы работы с родственниками сотрудников

- дни открытых дверей
- дни здоровья
- выездные мероприятия и экскурсии для всей семьи
- детские праздники
- приглашение жен и мужей сотрудников на ключевые корпоративные праздники (Новый год, День рождения компании)
- подарки и сувениры детям сотрудников
- подарки и премирование сотрудников по случаю свадьбы и рождения ребенка
- и многое другое

Программы работы со СМИ и интернетом

- Job-реклама на сайтах и в специальных изданиях
- Публикация материалов о компании в профессиональных изданиях
- Страница о карьере на корпоративном сайте
- Размещение информации и продвижение в социальных сетях и форумах
- HR-порталы для соискателей
- Блоги о компании
- и многое другое

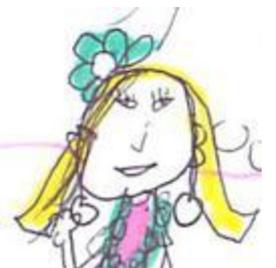
АВВУУ: студенты = будущие сотрудники

- Кафедра Распознавания изображений и обработки текста в МФТИ на Физтехе
- Блог АВВУУ на узкоспециализированном ресурсе www.habrahabr.ru
- Конференция по компьютерной лингвистике «Диалог»
- Портал по детской лингвистике в сотрудничестве с РГГУ, МГУ и независимыми лингвистическими олимпиадами
- АВВУУOpen – серия открытых семинаров в офисе по лингвистике и программированию



АВВУУ: дети

- Льготное страхование ДМС для детей сотрудников
- Праздники и экскурсии для детей сотрудников
- Няня для детей сотрудников в офисе + специально оборудованная комната
- Международные конкурсы рисунка
- Дни открытых дверей для детей сотрудников

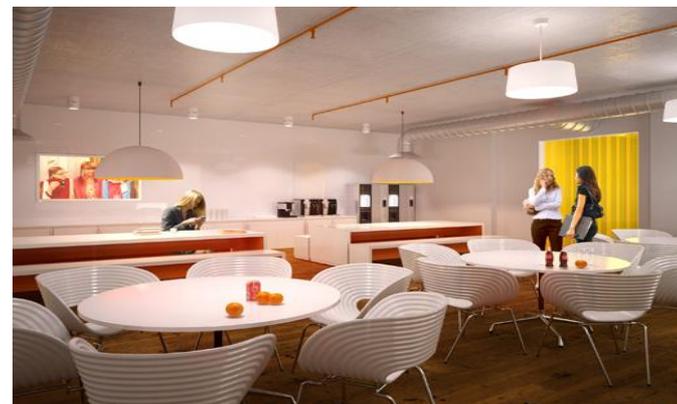


СТС-Медиа: переезд офиса



Задача:

- Объединить сотрудников в едином рабочем пространстве и создать комфортные условия для повышения эффективности рабочего процесса
- Провести переезд максимально комфортно для сотрудников, максимально быстро, с наименьшими потерями во времени и в эффективности.



Решение:

- Раздел на портале «Новый офис ждет» и регулярные статьи в этом разделе (фото, этапы ремонта, фразы ген. директора и тп.)
- Регулярная и дозированная публикация фотографий с нового места
- Видеофильм «Начало новой жизни»
- Буклет каждому сотруднику со схемой всех этажей, описанием бизнес-центра и окрестностей, индивидуальное письмо
- Приветственный подарок – кружка
- Фуршет в первый день работы на новом месте



ЈТІ: Безопасное вождение



Задача:

- Сокращение числа ДТП с участием сотрудников, использующих автомобиль в ежедневной работе, увеличение безопасности пассажиров (включая жен и детей) и уменьшение числа травм.

Решение:

- Информационные доски: плакаты с выдержками из ПДД, сведениями о ДТП произошедших с корп. автомобилями, основные ошибки водителей и тп.
- Фильм о том, как важно пристегиваться
- Письма по e-mail, статьи в интранете
- Брелки «Пристегнись! Тебя ждут дома!» и наклейки на торпеду с напоминанием пристегиваться
- Письмо-обращение от имени Ген. директора женам сотрудников + ролик + анкета по ролику
- Письмо-обращение к детям сотрудников
- Конкурс детского рисунка «Мои родители – ответственные водители»



Вопросы?

Мои контакты:

- **Телефон:** +7 926 5809615
- **E-mail:**
O.V.Bronnikova@gmail.com
- **Skype:** bronnikova_olga

