

Задание от группы компаний «Скобеев и Партнеры»



Руководители:
Мананников Андрей
Шишикина Оксана
Левина Ирина

Выполнили:
Топильский Илья
Лимонов Дмитрий
Климов Алексей

Содержание

1. Задание от группы компаний «Скобеев и Партнеры».
2. План работы.
3. Портреты потенциальных работников.
4. Результаты опроса.
5. SWOT-анализ и результаты.
6. Приобретенные навыки. Сложности выполнения.
7. Практическое применение навыков.

Задание от группы компаний «Скобеев и Партнеры»

- 1) Определение портрета потенциального кандидата на трудоустройство:
 - Веб-программист / Разработчик
 - Менеджер по продажам
 - Менеджер по работе с клиентами
 - SEO – оптимизатор

- 2) Разработка и проведение опроса для выявления интересов, специальности, образования потенциальных работников, статистический анализ привлекательности и узнаваемости бренда «Скобеев и Партнеры», а также формирование информации о ключевых факторах выбора работы.

- 3) SWOT-анализ группы компаний «Скобеев и Партнеры» относительно «конкурента, с чертами всех возможных конкурентов» с последующим анализом результатов и выдвиганием предложений по устранению выявленных уязвимостей.

План работы

№	Цель	Срок выполнения	Выполнено	Ответственный
1	Подготовка опроса	16-18 ноября	18 ноября	Климов
2	Проведение устного опроса	19-20 ноября	20 ноября	Топильский
3	Сбор данных с рассылки	20-22 ноября	23 ноября	Лимонов
4	Опрос бывших работников компании	22-24 ноября	23 ноября	Лимонов
5	Анализ резюме и вакансий	24-26 ноября	26 ноября	Климов
6	Отчет по собранным данным	27-29 ноября	30 ноября	Топильский
7	Анализ и систематизация полученных данных	30 ноября - 2 декабря	2 декабря	Топильский
8	Формирование SWOT-анализа	3-4 декабря	4 декабря	Лимонов
9	Статистический анализ	4-5 декабря	5 декабря	Топильский
10	Портрет целевой аудитории	6 декабря	6 декабря	Климов
11	Сводный анализ бренда	7-8 декабря	10 декабря	Лимонов
12	Создание презентации	9-10 декабря	13 декабря	Лимонов

Социальный опрос

Цель: выявление привлекательности бренда

Выбранные способы:

- устные опросы;
- электронная рассылка;
- опрос бывших работников компании;
- анализ резюме и вакансий в интернет-ресурсах.

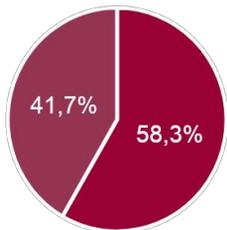
Количество опрошенных: 218

Целевая аудитория: студенты ВУЗов города Тамбова

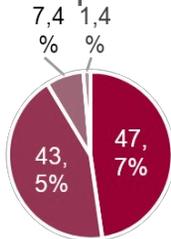
Срок проведения: 3 дня

Результаты опроса

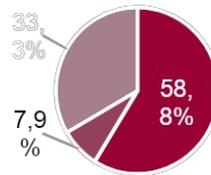
Пол



Возраст

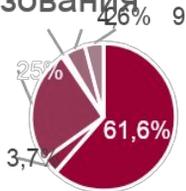


Работа по специальности



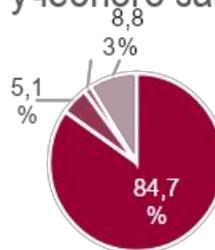
■ мужчина
 ■ женщина
 ■ 17-19
 ■ 20-22
 ■ 23-24
 ■ 25-27
 ■ 28+
 ■ да
 ■ нет
 ■ не могу сказать

Уровень получаемого образования



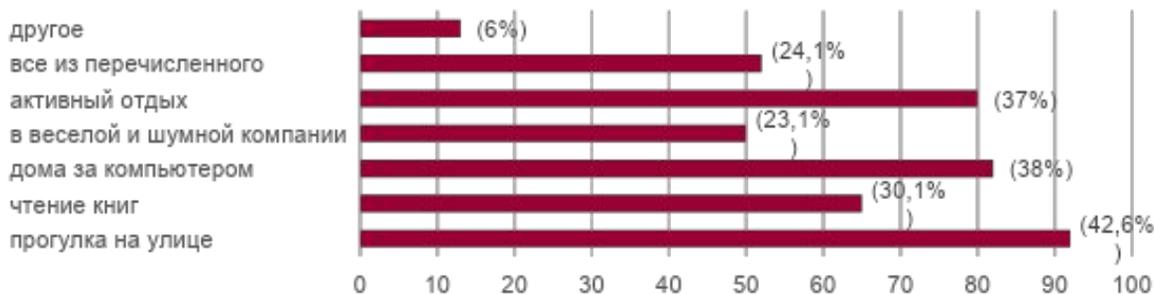
■ бакалавриат
■ магистратура
■ специалитет
■ аспирантура
■ колледж
■ среднее

Название учебного заведения



■ Тамбовский государственный технический университет
■ Тамбовский государственный университет им. Г.Р. Державина
■ Российский новый университет - филиал в г. Тамбов
■ Другое учебное заведение

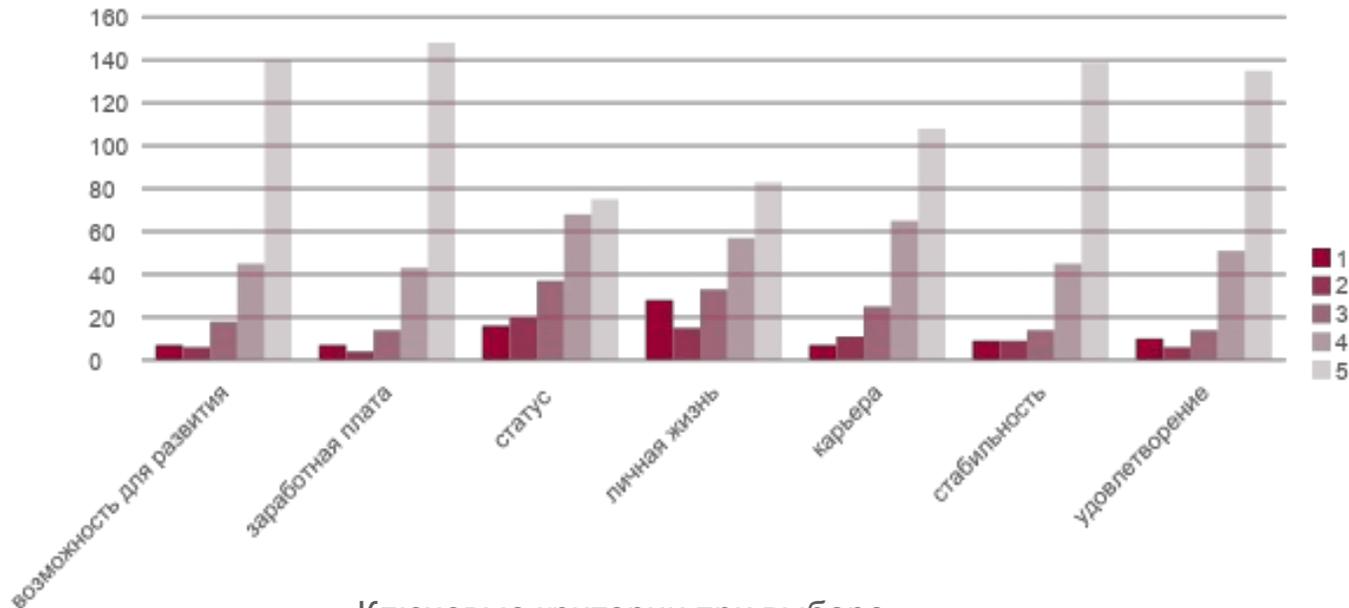
Предпочитаемые виды отдыха



Наиболее популярными видами отдыха являются:

- Активный отдых
- Дома за компьютером
- Прогулка на улице

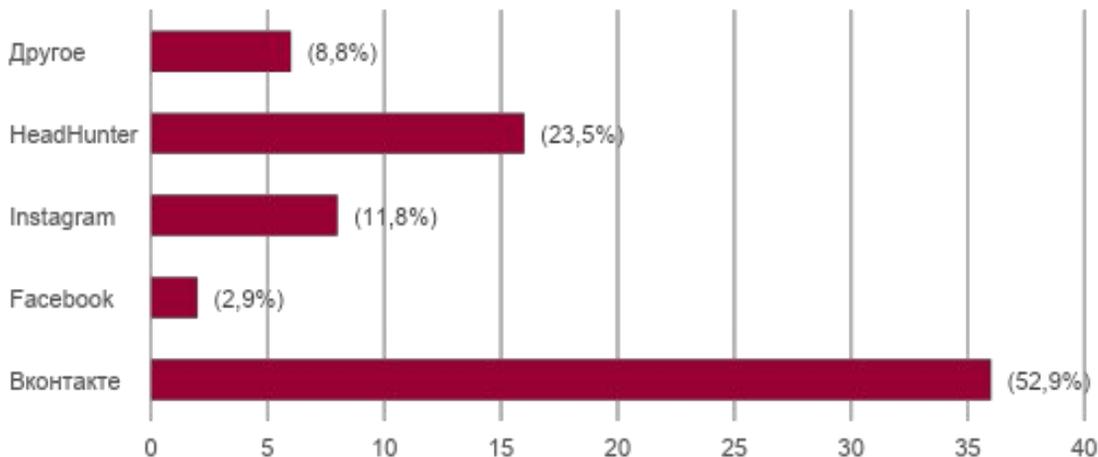
Результаты опроса



Ключевые критерии при выборе работы:

- Возможность для развития
- Заработная плата
- Стабильность
- Удовлетворение

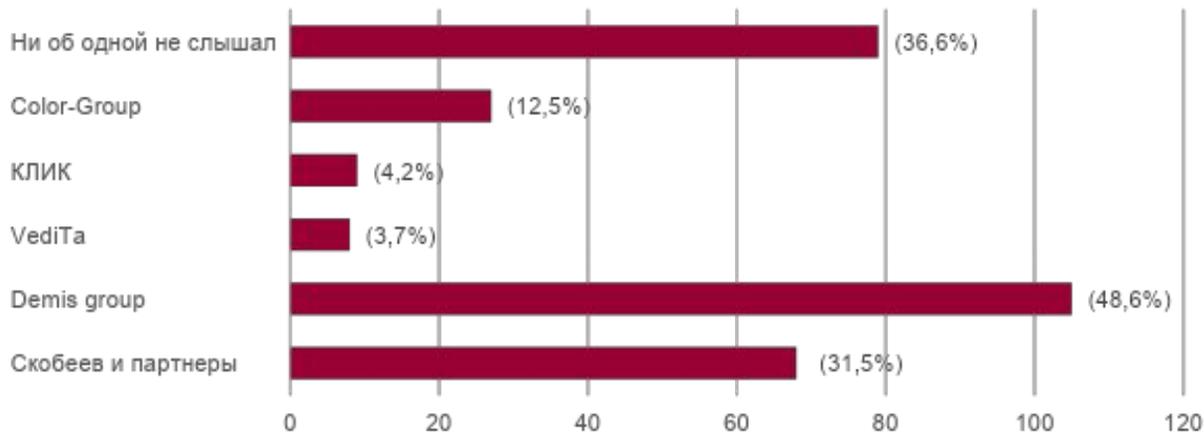
Откуда узнают о группе компаний «Скобеев и партнеры»



Основные ресурсы популяризирующие группу компаний «Скобеев и партнеры»:

- Вконтакте
- HeadHunter

Результаты опроса



Наиболее известные IT-компании города Тамбова:

- Demis Group
- Скобеев и партнеры

SEO-оптимизатор

Пол	мужчина
Возраст	20-22
Образование	Высшее/неоконченное высшее
Учебное заведение	Тамбовский государственный технический университет
Направление обучения	Информационные системы и технологии, Информатика и вычислительная техника
Опыт работы	без опыта/1-2 года
Профессиональные навыки	Умение разрабатывать стратегию продвижения ресурса, знание HTML, умение анализировать статистические данные, понимание современных алгоритмов поисковых систем
Личные навыки	Ответственность, аналитический склад ума, внимательность, обучаемость, дисциплинированность, грамотность, трудолюбие, общительность
Любимый вид отдыха	Дома за компьютером; прогулки на улице; активный отдых

Менеджер по продажам

Пол	женщина
Возраст	22-24
Образование	Высшее
Учебное заведение	Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
Направление обучения	Менеджмент
Опыт работы	От 2х лет
Профессиональные навыки	B2B продажи, активные продажи, управление продажами, прямые продажи, развитие продаж, поиск и привлечение клиентов, ведение переговоров
Личные навыки	Креативность, коммуникабельность, желание работать и развиваться, внимательность, ответственность
Любимый вид отдыха	Прогулки на улице; чтение книг; в веселой и шумной компании

Менеджер по работе с клиентами

Пол	Мужчина/женщина
Возраст	22-24
Образование	Высшее
Учебное заведение	Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина
Направление обучения	Менеджмент
Опыт работы	От 2х лет
Профессиональные навыки	Опыт работы с клиентами (b2b); опыт работы с договорами и первичными документами; знание делового этикета, основ социальной психологии; знание основ маркетинга, понимание особенностей маркетинга в интернете; развитые навыки тайм-менеджмента; клиентоориентированность
Личные навыки	Умение работать в команде, развитый эмоциональный интеллект, ответственность, обучаемость, пунктуальность, общительность, целеустремленность, стрессоустойчивость
Любимый вид отдыха	Чтение книг; в веселой шумной компании; активный отдых

Web-разработчик

Пол	мужской
Возраст	20-22
Образование	Высшее/неоконченное высшее
Учебное заведение	Тамбовский государственный технический университет
Направление обучения	Информационные системы и технологии, Информатика и вычислительная техника
Опыт работы	Не обязателен
Профессиональные навыки	Базовые знания php, mySQL, HTML, CSS, JS; навыки блочной верстки; опыт в настройке Apache; навыки блочной верстки; навыки проектирования баз данных Аналитический склад ума, ответственность, коммуникабельность, стремление к профессиональному росту, целеустремленность,
Личные навыки	умение работать в команде
Любимый вид отдыха	Дома за компьютером; активный отдых; чтение книг

SWOT-анализ

Факторы	SWOT	
Внутренние	Strength (сильные стороны)	Weakness (слабости)
	Обширный социальный пакет	Низкие зарплаты относительно отрасли
	Приятный коллектив	Слабая реклама
	Удобное расположение офиса	Низкая узнаваемость бренда
	Устройство по ТК РФ	Неудобное рабочее место
	Сильная корпоративная культура	
	Открытость руководства	
	Хорошая репутация	
	Наличие корпоративной библиотеки	
	Возможность удаленной работы	
Внешние	Opportunities (возможности)	Threats (угрозы)
	Привлечение кадров конкурентов	Появление новых конкурентов
	Развитие рекламной компании	Изменения в трудовом законодательстве
	Развитие групп в соц. сетях	Отток кадров к конкурентам
	Сотрудничество с вузами (привлечение выпускников, организация стажировок, практик)	Создание конкурентами ложных отзывов в соц. сетях, что ухудшает репутацию
	Создание филиалов в других городах	Отсутствие на рынке труда кадров необходимой классификации
	Продвижение HR-бренда в офлайн	Демографическая яма

SWOT-анализ

Факторы	SWOT	
Внутренние	Strength (сильные стороны)	Weakness (слабости)
	Известность	Не у всех конкурентов есть социальный пакет и оформление по ТК РФ
	Охват большой доли рынка	Жесткие штрафные санкции
	Хороший коллектив	Высокая нагрузка
	Удобное рабочее место	Плохая организация рабочего процесса
	Строгое начальство	Строгое начальство
	Возможность удаленной работы	
	Высокий бюджет в HR-брендинге	
Внешние	Opportunities (возможности)	Threats (угрозы)
	Привлечение кадров конкурентов	Появление новых конкурентов
	Создание филиалов в других городах	Изменения в трудовом законодательстве
	Оформление социального пакета	Отток кадров к конкурентам
	Оформление по ТК РФ	Недовольные сотрудники
	Улучшение организации рабочего процесса	Активизация конкурентов в развитии HR-брендинга

Матрица SWOT-анализа

Параметры	Привлечение кадров конкурентов	Развитие рекламной компании	Развитие групп в соц. сетях	Сотрудничество с вузами	Создание филиалов в других городах	Продвижение HR-бренда в офлайн	Появление новых конкурентов	Изменения в трудовом законодательстве	Отток кадров к конкурентам	Создание конкурентами ложных отзывов, ухудшающих репутацию	Отсутствие на рынке труда кадров необходимой квалификации	Демографическая яма	
Обширный соц пакет	1	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	6
Приятный коллектив	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
Удобное расположение офиса	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	3
Устройство по ТК РФ	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	7
Сильная корпоративная культура	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
Открытость руководства	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	4
Хорошая репутация	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	6
Наличие корпоративной библиотеки	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Возможность удаленной работы	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	6
Относительно низкие зарплаты	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	2
Слабая реклама	0	1	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	4
Низкая узнаваемость бренда	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	7
Неудобное рабочее место	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	10	8	5	6	2	7	7	1	9	1	0	0	

Вывод по SWOT-анализу

Исходя из SWOT-анализа можно сделать следующие выводы:

- Необходимо укреплять репутацию для того, чтобы компания стала более узнаваема
- Необходимо усилить рекламную компанию и HR-бренд для привлечения потенциальных квалифицированных работников
- Наличие сильной корпоративной культуры не так очевидно для потенциальных работников и нуждается в более эффективной коммуникации
- Чтобы в максимально короткий срок реализовать возможности, необходимо увеличить бюджет рекламной кампании
- Если повышение заработной платы не возможно по каким либо причинам, то снизить влияние этой слабой стороны можно за счет предложения дополнительных бонусов, таких как оплата проезда, обедов, абонементов в тренажерный зал и прочего.

Приобретенные навыки. Сложности выполнения.

Новые навыки и умения, полученные в ходе выполнения заданий:

- Навыки планирования и распределения обязанностей
- Получение опыта в составлении и проведении опроса
- Навык составления портретов потенциальных работников
- Навык проведения SWOT-анализа

Сложности, встретившиеся при выполнении заданий:

- Поиск информации о компаниях
- Составление SWOT-анализа
- Составление опроса
- Анализ собранных данных при опросе

Полученные в ходе выполнения исследования навыки будут полезны:

- При выборе работодателя
- При анализе вакансий
- При дальнейшей работе в сфере маркетинга
- При прохождении собеседований
- При ведении делового общения
- При распределении обязанностей и рабочего времени
- При анализе большого объема информации

Выводы

- Для **68%** респондентов заработная плата является ключевым фактором выбора работы
- Социальная сеть «**ВКонтакте**» является очень важным популяризирующим ресурсом
- В результате проведения исследования, мы пришли к выводу, что **69%** опрошенных никогда не слышали о группе компаний «Скобеев и партнеры». Считаем, что компании следует более активно работать в направлении продвижения своего бренда, как работодателя.
- Потенциальными работниками в рассмотренных должностях чаще всего являются молодые люди в возрасте **20-24 года** с **высшим/неполным высшим** образованием.
- Demis Group – основной конкурент с точки зрения трудоустройства. Необходимо обращать на их сильные стороны и перенимать этот положительный опыт