

# 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.

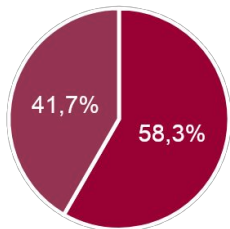
Количество опрошенных: 218

Целевая аудитория: студенты ВУЗов города Тамбова

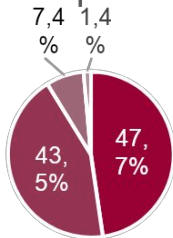
Срок проведения: 3 дня

# Результаты опроса

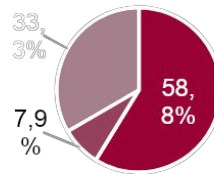
## Пол



## Возраст

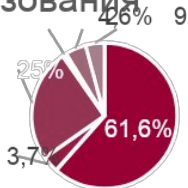


## Работа по специальности



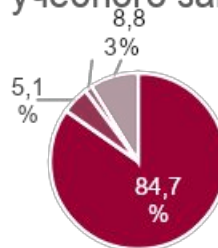
■ мужчина   
 ■ женщина   
 ■ 17-19   
 ■ 20-22   
 ■ 23-24   
 ■ 25-27   
 ■ 28+   
 ■ да   
 ■ нет   
 ■ не могу сказать

## Уровень получаемого образования



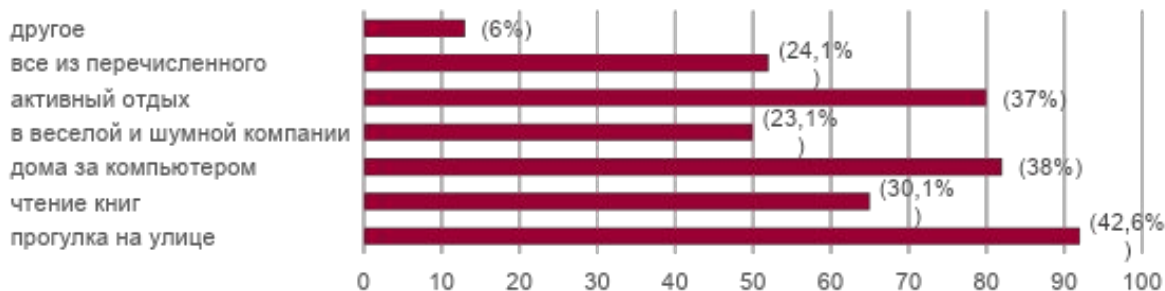
■ бакалавриат  
■ магистратура  
■ специалитет  
■ аспирантура  
■ колледж  
■ среднее

## Название учебного заведения



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

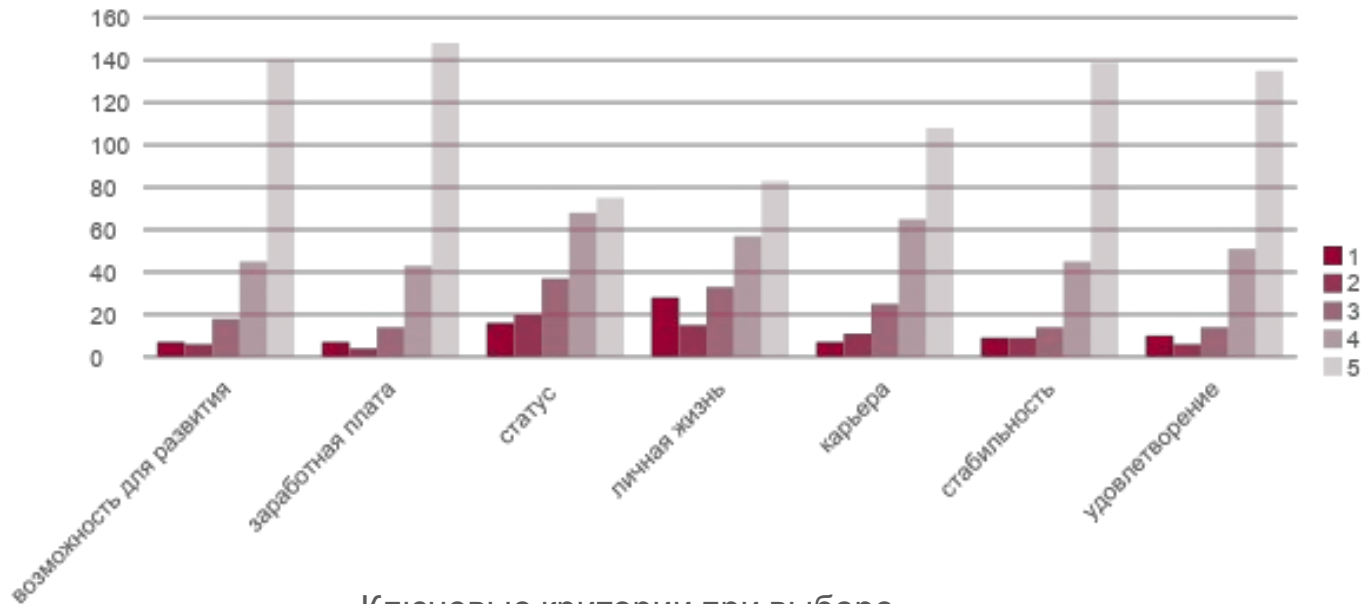
## Предпочитаемые виды отдыха



Наиболее популярными видами отдыха являются:

- Активный отдых
- Дома за компьютером
- Прогулка на улице

# Результаты опроса

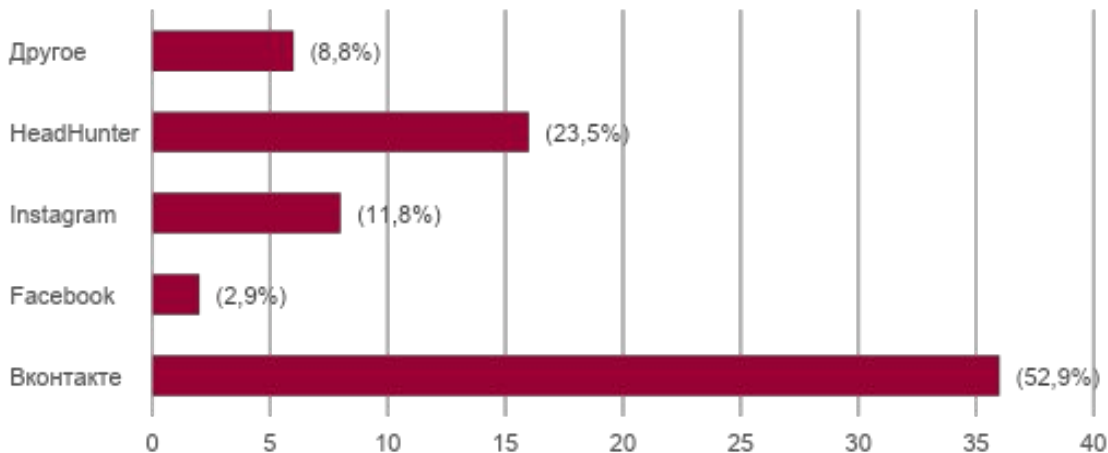


Ключевые критерии при выборе работы:

- Возможность для развития
- Зарплата
- Стабильность
- Удовлетворение



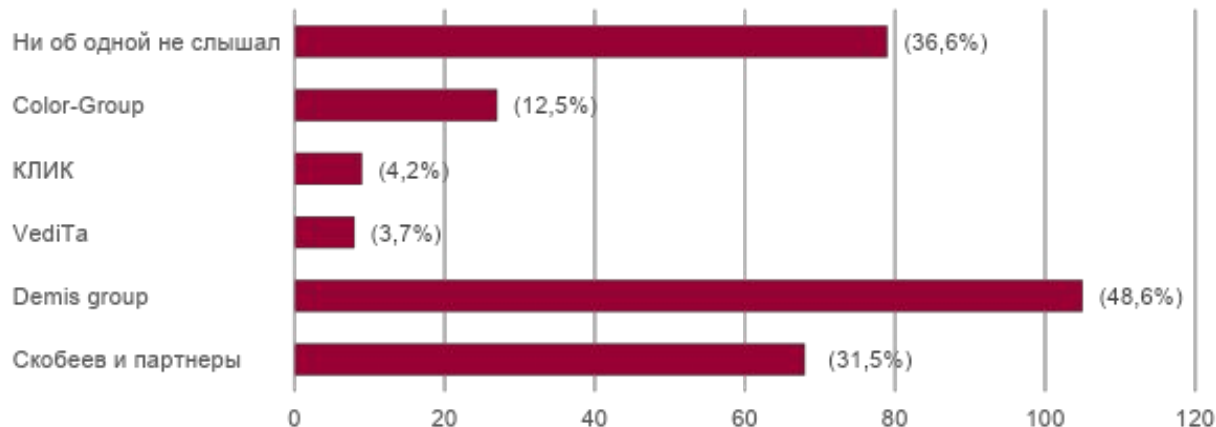
## Откуда узнают о группе компаний «Скобеев и партнеры»



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,<br>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,<br>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<br>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