

Курс профессиональной переподготовки «Специалист по подбору персонала»

Тема 1. «Подбор персонала как он есть. Методы подбора».
Модуль 1. Теоретические основы подбора персонала.
Урок 1. Подбор персонала в системе управления персоналом.

Задача урока: Получить понимание понятия подбора персонала

Цели урока:

- Узнать что такое рекрутинг
- Узнать что такое управление персоналом
- Сформировать представление о HR-менеджере и его функционале

Ожидаемые результаты:

- Знания понятий рекрутинг и управление персоналом
- Знакомство с HR-менеджерами и их основными функциями

Подбор персонала в системе управления персоналом

Управление персоналом – это стратегический подход к эффективному управлению людьми в компании, который приводит её к быстрому и качественному развитию.

Система управления персоналом – это комплекс различных методов, приёмов и технологий взаимодействия с персоналом.

Рекрутинг – это бизнес-процесс, направленный на привлечение, поиск и найм квалифицированных специалистов.

Главная цель подбора персонала - это идеальный кандидат, на поиск которого было потрачено минимальное количество ресурсов.



Менеджеры по персоналу обычно делают следующее:

- Наблюдают за процессами найма, собеседования, отбора кандидатов в организацию,
- Планируют и координируют рабочую силу организации, чтобы наилучшим образом использовать таланты сотрудников,
- Связывают руководство организации со своими сотрудниками,
- Выступают в качестве консультанта по вопросам найма и трудоустройства,
- Планируют и контролируют программы вознаграждений сотрудникам.

Также HR-специалисты могут оценивать производительность труда и рекомендовать изменения в структуре компании, чтобы помочь организации достичь бюджетных целей.

Сфера подбора персонала – это одна из важных гаек в построении любого бизнеса.

Грамотный и эффективный подбор всегда приведет к развитию 2 сторон: кандидата и компании.



Урок 2. Методы подбора персонала: массовый подбор, прямой поиск (Executive search, Headhunting), Прелиминаринг.

Задача урока: Сформировать представление о методах подбора персонала

Цели урока:

- Узнать что такое массовый подбор
- Узнать что такое прямой поиск
- Сформировать представление о прелиминаринге

Ожидаемые результаты:

- Сформировать представление о методах подбора персонала

Традиционно выделяют следующие методы набора персонала:

Массовый рекрутинг – поиск кандидатов на линейные позиции, не требующие специальных или уникальных навыков в большом объеме.

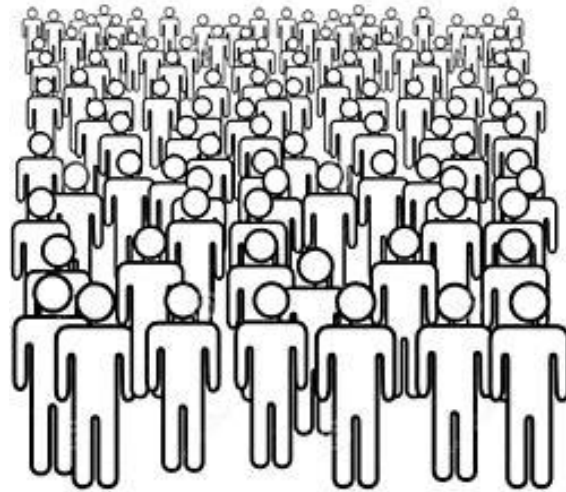
Индивидуальный рекрутинг (точечный) – поиск кандидатов на позиции специалистов, руководителей среднего звена. Поиск, как правило, ведется на рекрутинговых сайтах среди кандидатов, ищущих работу.

Прямой поиск – поиск конкретного квалифицированного сотрудника из определенной области, со специфическими знаниями или на определенную позицию, как правило, уникальную или руководящую.

Прелиминаринг – привлечение к работе молодых специалистов, студентов.



Когда крупные компании нуждаются в привлечении, квалификации и найме большого количества сотрудников в течение короткого периода времени, они обращаются к специалистам по **массовому подбору** сотрудников.



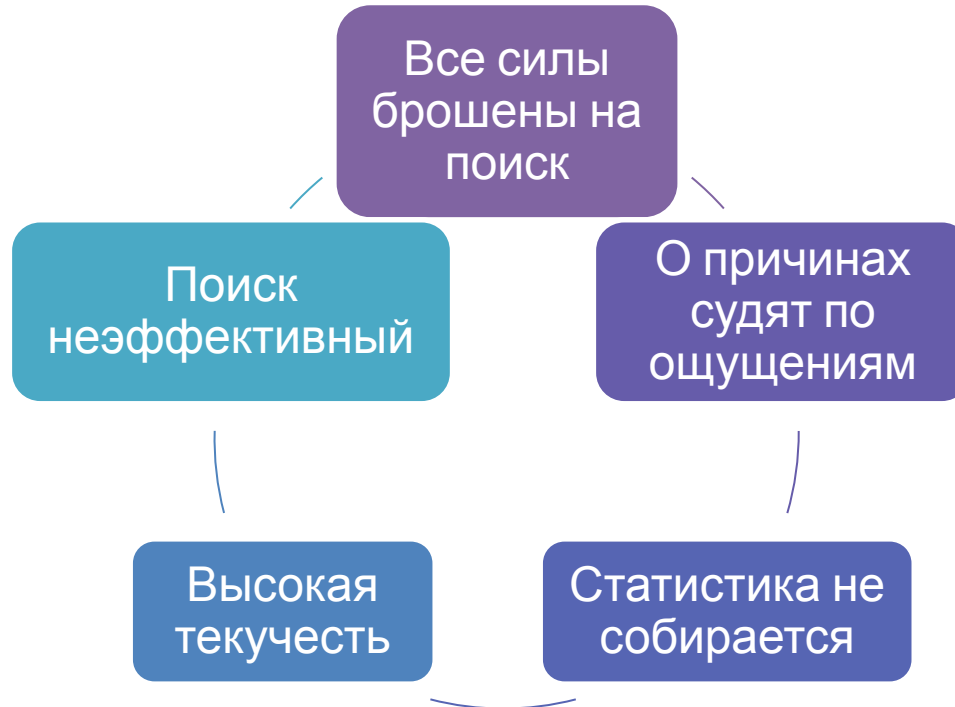
Массовый набор персонала подразумевает найм людей на одну и ту же должность. Например, когда открывается новый отель, им нужно будет нанять 150 сотрудников, которые должны начать работу в тот же день и иметь аналогичные профессиональные навыки.



Трудности массового набора персонала:

- Отсутствие понимания профиля кандидата.
- Медиапланирование и учет расходов. Нет анализа каналов привлечения кандидатов.
- Субъективность в выборе кандидата.
- Отсутствие единого бизнес процесса в наборе.
- Много ручной работы и статистики.
- Принятие решений. Обратная связь.

Рекрутер отдела массового подбора чаще всего находится в замкнутом круге:



Исходя из всей этой информации, нужно понимать, что массовый подбор - это крупный проект, поэтому он должен быть тщательно **спланирован и организован.**

Прямой поиск персонала - это комплекс мероприятий по вовлечению в процесс подбора специалистов с необходимой клиенту квалификацией, которые, в принципе, не собирались менять место работы

К технологиям прямого поиска кандидатов относятся две методики:

Executive search – подбор уникальных, успешных специалистов в заданном сегменте рынка.

HeadHunting – переманивание конкретного специалиста из компании-доноров-конкурентов.

Executive search в переводе с английского означает «эксклюзивный, качественный поиск».

Данный метод подбора чаще всего применяется для поиска ТОП-специалистов, а также специалистов с уникальным опытом работы, а может и для руководящих должностей.

Можно обозначить несколько этапов **Executive search**:

- создание целевого списка компаний
- идентификация нужных Вам специалистов в данных компаниях
- выход на связь с потенциальными кандидатами и предложение им вакансии
- отбор лучших
- выбор
- переговоры о найме

Headhunting в переводе с английского означает «охота за головами».

Headhunting - это процесс найма потенциального сотрудника, который работает в другой компании и имеет соответствующий профессиональный опыт.

Хедхантинг является одним из наиболее эффективных методов поиска и получения кандидатов на высшие ключевые должности.

Чаще всего специалисты ранее даже не задумывались о смене работы.

Процесс отбора кандидатов с помощью прелиминаринга включает в себя несколько этапов:

- Предварительная ознакомительная беседа в учебном заведении
- Личные интервью-собеседования с заинтересовавшимися студентами
- Заполнение анкеты
- Тестирование
- Проверка рекомендации
- Медицинский осмотр (если физическое состояние кандидата важно для определенной вакантной должности)
- Сравнение фактических качеств кандидатов и требования должности
- Утверждение кандидата
- Приглашение на стажировку

Самая главная цель прелиминаринга – идентифицировать и набрать определенное количество людей с соответствующими навыками, умениями и способностями для работы в организации.

Урок 3. Нетрадиционные технологии подбора

Задача урока: Понять какие нетрадиционные технологии подбора персонала существуют

Цели урока:

- Узнать какие бывают технологии
- В чем отличие этих технологий

Ожидаемые результаты:

- Сформировать представление о соционике, стресс-интервью, полиграфе и других технологиях подбора.

Стресс-интервью — это собеседование, при котором специально создается нервная, напряженная для кандидата обстановка, чтобы вывести его из равновесия.

Такая форма собеседования может быть уместна для работников сферы обслуживания, специалистов по продажам и работе с клиентами, руководителей, офис-менеджеров.

Brainteaser-интервью

Если углубиться в перевод, то *brainteaser* это – пощекотать мозги.

То есть, эта технология поможет рекрутеру проверить аналитическое мышление и творческие способности кандидата.

Чаще всего данной техникой тестируют pr-менеджеров, аудиторов, консультантов, проще говоря – креативщиков.

Оценочные тесты

Тестирование навыков перед приемом на работу может привести к дополнительным преимуществам, таким как экономия времени и средств в процессе отбора, отсеечение ненужных кандидатов и даже снижение текучести кадров.

Тест может быть как на орфографию и грамматику, так и на профессиональную значимость, возможно даже проводить тест с обычными вопросами в стиле: «Хотели бы вы открыть свой собственный бизнес?» или «Опишите идеального руководителя».

Соционика

Соционика изучает то, как люди отбирают и обрабатывают информацию.

В соционике имеется 16 социотипов, каждый из которых представляет определенный и уникальный способ информационного метаболизма.

У человека только *один социотип*.

Изучая соционику, можно узнать какой тип у любого руководителя в вашей компании и, имея знания и соционистические данные, предугадать с каким кандидатом у него сложились бы идеальные отношения внутри работы.



Графологическая экспертиза

Графология - это изучение почерка и анализ почерка - в настоящее время является используемой техникой для оценки людей в организациях.

Анализ почерка для некоторых является надежным индикатором личности и поведения человека.

Полиграф

Простым языком полиграф это детектор лжи.

С помощью него многие работодатели хотят узнать о том, скрывает ли что-то сотрудник и имеет ли он склонность к обману

Урок 4. Системы найма персонала

Задача урока: Изучить системы найма персонала

Цели урока:

- Узнать что такое пассивный набор кандидатов
- Узнать что такое активный набор

Ожидаемые результаты:

- Сформировать представление о системе найма персонала



Поиск подходящих кандидатов может происходить примерно двумя способами: **активный набор** или **пассивный набор**.

Активный набор подходит для *критически важных рабочих мест*, где найм успешных кандидатов имеет решающее значение.

Для этих вакансий объявления могут быть размещены онлайн, но также используются другие активные источники, например:

- Работа с учебными заведениями
- Через личные связи работающих
- Участие в ярмарках вакансий
- Через Интернет.

Пассивный набор означает «уход за потенциальными кандидатами».

Первое – это *размещение вакансии*. Грамотно и красиво размещаете вакансию на job-платформах и отклики летят к Вам рекой.

Второе - нужно *активно работать с отделом маркетинга над созданием бренда*, который привлекает не только клиентов, но и потенциальных кандидатов.

Тема 2. «Бизнес процесс подбора персонала в компании».

Модуль 2. Процессы рекрутинга

Урок 1. Планирование подбора

Задача урока: Понять, как правильно планировать подбор персонала.

Цели урока:

- Узнать какова роль плана найма
- Построить шаги к созданию успешного плана найма

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о пользе планирования подбора персонала и о том, как правильно это делать.

План подбора персонала - это стратегия, призванная упростить процесс найма и служить руководством для поиска и отбора соискателей.

Роль плана найма.

Успешный план найма включает действенные шаги и стратегии, которые делают процесс найма эффективным.

Шаги к созданию успешного плана найма:

1. Анализировать потребности в наборе персонала и пробелы в навыках
2. Создать план набора персонала
3. Определите инструменты, необходимые для воплощения вашего плана в жизнь.
4. Определите требования для каждой должности
5. Составьте бюджет на расходы по подбору персонала

При определении требований к работе рассмотрите эти 8 маркеров, чтобы определить, какими именно должны быть ваши идеальные кандидаты:



Урок 2. Организация подбора персонала в компании

Задача урока: Понять, как правильно организовать подбор персонала.

Цели урока:

- Построить шаги к созданию успешной организации подбора персонала

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о том, как организовать подбор персонала в компании

Вот краткая пошаговая инструкция к организации подбора талантов в вашу компанию:

1. Создайте понимание того, кто нужен компании и зачем?
2. Понимание каким методом вы будете искать людей!
3. Знайте профили должностей.
4. Пишите объявления о вакансиях качественно!
5. Изучайте зарплатный рынок труда.
6. Заранее знайте о том, как будет проходить собеседование.
7. Всегда давайте обратную связь.
8. Оценивайте свой результат подбора.

Урок 3. Источники подбора персонала

Задача урока: Сформировать представление о источниках подбора персонала

Цели урока:

- Узнать о внутренних и внешних источниках подбора персонала
- Узнать о позитивных и негативных сторонах каждого источника

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о том, что такое внешние и внутренние источники подбора персонала

Есть два источника подбора персонала - внутренний и внешний.

Внутренние источники:

- *Перевод сотрудника*
- *Повышение сотрудника*

Преимущества внутренних источников:

- Повышает «боевой дух» и стремление других сотрудников к саморазвитию.
- Нет ошибок в выборе.
- Способствует лояльности действующих сотрудников
- Экономия на обучении.

Недостатки внутренних источников:

- Внутренние источники набора сокращают возможности поиска квалифицированных и более эффективных людей.
- Не всегда в компании присутствуют люди, которых можно повышать в должности.
- Создание конфликтных ситуаций на рабочих местах.
- Потеря более эффективных людей из внешней среды становится преимуществом для конкурентов.

Внешние источники:

- *Реклама.*
- *Размещение вакансий на рабочих сайтах.*
- *Биржи труда.*
- *Школы, колледжи и университеты:*
- *Рекомендации сотрудников.*
- *Бывшие сотрудники.*

Преимущества внешних источников:

- Всегда наличие подходящих кандидатов.
- Новые идеи.
- Экономит время и ресурсы.

Недостатки внешних источников:

- Деморализация действующих сотрудников
- Недостаток сотрудничества с новичками (в связи с предыдущим пунктом)
- Дорого (приходится использовать все каналы привлечения)

Урок 4. Этапы подбора персонала.

Задача урока: Разобрать этапы подбора персонала

Цели урока:

- Узнать о всех этапах подбора и их очередности

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о том, какие этапы подбора персонала существуют



Этапы подбора персонала – это последовательность действий, направленных на получение лучшего эффективного и профессионального сотрудника.

1 этап. *Определение потребности в новых сотрудниках.*

2 этап. *Разработка навыковых и профессиональных требований к кандидатам.*

3 этап. *Поиск и привлечение кандидатов.*

4 этап. *Сбор информации о кандидатах.*

5 этап. *Оценка кандидатов.*

6 этап. *Выбор кандидата. Оффер.*

7 этап. *Трудоустройство, введение в работу и адаптация.*

Поиск и привлечение кандидатов может происходить с помощью:



Тема 3. «Интервью, оценка соискателей, найм».
Модуль 3. Практика подбора
Урок 1. Профиль должности

Задача урока: Понять что такое профиль должности и какова его роль в рекрутменте

Цели урока:

- Сформировать представление о том, что такое профиль должности и как его правильно составить

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о роли профиля должности кандидата

Шаги по разработке идеального профиля кандидата

1. Определите содержание работы кандидата и его обязанности.
2. Учитывайте культуру и видение компании.
3. Поставьте в пример лучших сотрудников.
4. Определите ключевые жесткие и мягкие навыки.

Задайте несколько очень важных вопросов заказчику:

- Какой тип людей поможет компании двигаться вперед и воплотить в жизнь общие цели?
- Какой человек будет дополнять ценности вашей компании и хорошо соответствовать организационной структуре в целом?
- Какие качества личности имеют решающее значение для достижения главных целей вашей компании?

Профиль кандидата - это проект, который помогает рекрутерам наметить желаемые профессиональные навыки и личные качества для конкретной открытой вакансии.

Как профиль кандидата помогает в подборе персонала?

Есть целый ряд преимуществ в разработке профиля кандидата. Вот некоторые из них:

- Помогает с должностными инструкциями
- Улучшает стратегию поиска
- Приводит к лучшим результатам в подборе

Урок 2. Интервью и оценка кандидата

Задача урока: Сформировать представление о том, что такое интервью и оценка кандидатов

Цели урока:

- Узнать какие бывают виды интервью
- Узнать что такое оценка кандидата

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о роли интервью и оценки кандидата

Основные типы интервью:

- **Прескрининг**

Первоначальное собеседование, которое чаще всего проводится по телефону или skype, с целью выявить соответствие кандидатов начальным требованиям вакансии.

- **Интервью по компетенциям**

В собеседованиях, основанных на выявлении компетенций, используются вопросы, цель которых - выяснить, как кандидаты использовали конкретные навыки в своем предыдущем опыте и как они подходят к новым проблемам, задачам и вызовам.

- **Кейс-интервью**

«Погружение» кандидата в интересную ситуацию и наблюдение за тем, как он будет вести себя в ней, какие компетенции проявит.

- **Проективное интервью**

Состоит из набора методов, разработанных для более глубокого понимания основных мотивов кандидатов. Эти методы, разработанные в области клинической психологии, позволяют соискателям «проецировать» свои мысли на кого-то или что-то, кроме себя.

- **Групповое собеседование**

Подразумевает собеседование команды сотрудников (или одного сотрудника) с несколькими кандидатами одновременно.

Как эффективно провести собеседование с кандидатами:

- Создать профиль должности.
- Используйте описание профиля должности в качестве «карты» для создания вопросов.
- Напишите ваши вопросы заранее.
- Делайте заметки и резюмирования во время интервью.
- Спросите конкретные детали и цифры, вернитесь к ним позже.
- Убедитесь, что у Вас одинаковые зарплатные ожидания.
- Задайте подробные вопросы о должностях, которые занимал кандидат.
- Будьте хорошим слушателем.

Как интервьюер должен подготовиться к интервью?

- Прочитайте резюме кандидатов и отметьте ключевые моменты, которые необходимо уточнить во время собеседования.
- Подготовьте ваши вопросы.
- Будьте готовы ответить на вопросы, которые кандидаты могут задать о должности и компании.
- Запланируйте достаточно времени для интервью и постарайтесь придерживаться ограничения по времени (примерно 15 - 30 минут).
- Знайте ценности и культуру своей компании, будьте готовы «продать» ее кандидату.

Типы оценки кандидатов включают в себя:

- Тест технических навыков (для технологов, разработчиков, программистов)
- Тест на когнитивные способности (психические способности)
- Ситуационный тест (кейсы)
- Ассесмент-центр (комплексный метод оценки, который включает в себя множество оценочных процедур)
- Тест на симуляцию работы
- Оценка личности

Урок 3. Взаимодействие с заказчиком и клиентом

Задача урока: Сформировать представление о точках соприкосновения рекрутера и заказчика

Цели урока:

- Узнать как правильно и грамотно выстраивать отношения с заказчиком без потерь

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о роли эффективного взаимодействия с заказчиком

Формальности взаимоотношений заказчика и рекрутера:

- Помогайте собственникам бизнеса в грамотном подборе, выдвигайте собственные идеи касательно рекрутинга, т.к. любая новая информация всегда может помочь росту!
- Заклучайте соглашения между сторонами, чтобы было спокойнее и легче ориентироваться в подборе и сроках.
- В самом начале пути досконально изучите и опишите профиль вакансии, заверяя этот момент заявкой на подбор специалиста.
- Договоритесь о контактных отношениях – будьте всегда на связи, чтобы вовремя закрывать позиции.
- Договоритесь о своевременной обратной связи.

Урок 4. Обратная связь кандидату

Задача урока: Узнать что такое обратная связь в рекрутинге и кому она нужна?

Цели урока:

- Сформировать представление о том, как давать обратную связь кандидатам

Ожидаемые результаты:

- Научиться правильно и грамотно давать feedback соискателям

Отзывы после интервью являются *ключевыми*, потому что они обеспечивают хорошее впечатление имиджа компании, независимо от того, какой ответ кандидату вы в итоге дали.

Когда вы даете обратную связь, вы показываете уважение к человеку.

Цель обратной связи - помочь кандидатам стать лучше на следующей работе, будь то у вас или у кого-то еще.

Обратная связь должна подчеркивать то, какие у кандидатов существуют сильные стороны, и давать им четкие, справедливые ответы о том, где им было бы неплохо «прокачаться».



Обратная связь работает лучше всего, если к интервью вы были хорошо подготовлены.

Стандартный набор вопросов и тщательно сделанные примечания гарантируют, что вы дадите обоснованную обратную связь.

После собеседования составьте список «+» и «-», опять же для конструктивного переговора. Этот список - то, что вы будете использовать при предоставлении отзывов кандидатам.

Отзывы после интервью, как правило, должны соответствовать структуре, которая выглядит следующим образом:



Урок 5. Оффер

Задача урока: Узнать что такое оффер и как его правильно составить

Цели урока:

- Сформировать представление о том, как делать оффер кандидатам

Ожидаемые результаты:

- Научиться грамотно и без потерь делать оффер талантливым специалистам

Оффер - предложение о работе.

То есть оффер это тот момент, когда вы делаете предложение работать у Вас в компании (или компании заказчика) финальному кандидату.

Оффер включает в себя следующее:

- Описание корпоративной культуры (+ справочник сотрудника, если такой имеется)
- Описание условий работы
- Заработная плата и другие компенсации
- Сроки и условия, на которых предлагается работа, включая любые прилагаемые к ней другие условия
- Дата и время начала работы
- Место (отдел или департамент), в котором будет числиться сотрудник
- Имя непосредственного руководителя кандидата и тренера (если такой есть)
- Чего следует ожидать кандидату в первый день на работе (для лучшей подготовки)

Что нужно знать, когда делаете оффер:

- Делайте предложение привлекательным с самого начала.
- Действуйте быстро.
- Будьте вежливы и уважительны.
- Не делайте «упор» на деньги.
- Будьте готовы к встречным предложениям.
- Не тяните переговорный период слишком долго.
- Будьте честными.
- Оставайтесь на связи с вашими кандидатами на протяжении всего процесса.

Урок 6. Найм

Задача урока: Узнать о том какое место занимает найм в подборе персонала

Цели урока:

- Сформировать представление о том, зачем нужен найм и какова роль найма

Ожидаемые результаты:

- Сформировано знание о найме, как о подводящем итоги этапе подбора персонала

Почему оффер и найм не объединены в один шаг?

Ответ прост - не все предложения о приеме на работу принимаются!



Как только кандидат принимает предложение о трудоустройстве, тогда уже возможно совершать официальный найм нового сотрудника.

Завершающим этапом процесса найма на работу является заполнение всех документов, которые понадобятся кандидату для работы в качестве сотрудника компании.

Тема 4. «Основы маркетинга для подбора персонала».
Модуль 4. Маркетинг подбора персонала
Урок 1. Копирайтинг: пишем «вкусные» объявления

Задача урока: Узнать что такое маркетинг и копирайтинг

Цели урока:

- Сформировать представление о том, как вкусно и не уныло писать об открытых вакансиях

Ожидаемые результаты:

- Получены навыки написания эффективных объявлений о вакансии

Маркетинг традиционно является средством, с помощью которого организация общается, связывается и привлекает свою целевую аудиторию, транслируя ценность своего продукта, чтобы в конечном итоге продать его вам.

Копирайтинг — это написание красивых, интересных и привлекательных текстов призывающего рекламного характера.

Сразу стоит отметить, что самым сильным инструментом подбора персонала в социальных сетях является копирайтинг!

Несколько советов по написанию вакансии:

- **Не думать и не писать шаблонно!**
- **Пишите просто и структурируйте!**
- **Продайте компанию!**
- **Добавляйте цифры и бренды!**
- **Правильная денежная мотивация!**
- **Призыв к действию!**

Еще одно главное правило – не лгите соискателям, не заманивайте его «конфеткой» в виде огромной заработной платы. Пишите правдивые цифры и ситуации, тем самым оберегая свой HR бренд.

Урок 2. HR бренд и подбор

Задача урока: Узнать о том, что такое HR бренд и какое место занимает в HR сфере

Цели урока:

- Сформировать представление о том, зачем нужен HR бренд и как правильно его создавать

Ожидаемые результаты:

- Сформировано знание о HR бренде, как о решающем факторе в подборе персонала

86% работников не будут претендовать или продолжать работать в компании, которая имеет плохую репутацию среди бывших сотрудников и широкой общественности.

HR бренд - это репутация вашей компании, как работодателя.
HR бренд - это то, как вы продвигаете свою компанию для кандидатов, а также внутренних сотрудников.

Чем лучше вы занимаетесь брендом работодателя, тем больше у вас шансов привлечь лучших специалистов!



Что нужно знать и уметь для создания сильного HR-бренда:

- Знайте уникальное ценностное предложение вашей компании.
- Проведите аудит HR бренда.
- Создайте и напишите ценностное предложение компании.
- Вовлекайте действующих сотрудников.
- Развивайте сильный процесс адаптации.
- Предлагайте возможности обучения и развития.
- Используйте социальные сети.
- Создайте карьерный сайт компании.

Урок 3. EVP

Задача урока: Узнать что такое EVP и как правильно его применять

Цели урока:

- Сформировать представление о том, зачем нужен EVP и насколько велика его важность в подборе талантов

Ожидаемые результаты:

- Сформировано знание о EVP, как правильно его составлять и как применять на практике

EVP Employment Value Proposition – это Ценностное Предложение Работодателя.

Ценностное предложение работодателя – это набор ценностей, которые вы, как работодатель, предлагаете своим действующим сотрудникам и используете как магнит для привлечения новых сотрудников.

EVP - это больше, чем просто комбинация денежных выплат.

В чем именно смысл EVP? Оно является убедительным ответом на следующие вопросы кандидата:

«Почему я должен работать в вашей компании, а не где-то еще?»

«Почему ваша компания - отличное место для работы?»

«Что вы можете предложить мне, в отличие от других компаний?»

**EVP - это предложение, которое состоит из 5
ОСНОВНЫХ КОМПОНЕНТОВ:**

- *Денежная мотивация*
- *Льготы*
- *Карьера*
- *Рабочая среда*
- *Культура компании*

4 шага для создания ценностного предложения для вашей компании.

Шаг № 1: Определите своего идеального кандидата

Возраст, навыки, образование, опыт, соответствие корпоративной культуре – объедините.

Шаг № 2: Выделите компоненты EVP

Шаг № 3: Проведите исследование

Вам нужно знать честные ответы на все вопросы, которые мы выделили, поэтому проведите исследование – опросите вашу команду.

Шаг № 4: Сегментация - это ключ

Для более серьезного анализа вам нужно сегментировать сотрудников и кандидатов – создать целевые аудитории (студенты, семьянины, спортсмены, мамы.)

Тема 5. «Основы адаптации персонала».

Модуль 5. Адаптация

Урок 1. Первый рабочий день новичка

Задача урока: Сформировать представление о действиях рекрутера в первый рабочий день нового сотрудника

Цели урока:

- Узнать о том, как должен работать HR-менеджер и вся команда в самый первый день адаптационного периода

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о первом рабочем дне новичка и функциях рекрутера в этот день

Адаптация персонала – это процесс, в котором новый сотрудник знакомится и приспосабливается к новой трудовой деятельности и социальной среде организации.

Адаптация требует ряда шагов, которые начинаются после принятия кандидатом Вашего предложения о работе:

- *Будьте на связи с сотрудником, после того, как он примет Ваш оффер. Целью быть на связи является выражение Вашего участия в профессиональной судьбе новичка.*
- *Отправьте официальное письмо-приветствие компании из HR-Департамента.*
- *Назначьте наставника - более опытного сотрудника для того, чтобы он быстрее ввел новичка в рабочий курс.*



Итак, 1 рабочий день.

HR команда: задачи, которые нужно выполнить в первый рабочий день нового сотрудника:

- *Подготовьте рабочую зону новичка до его прибытия.*
- *Познакомьте нового сотрудника с коллективом.*
- *Инструктаж*
- *Трудоустройство и все «бумажные дела».*
- *Сделайте новому сотруднику экскурсию по вашему офису.*
- *Расскажите о корпоративной политике компании*
- *Назначьте наставника*
- *Запланируйте обеденный перерыв*
- *Будьте контактны*

Урок 2. Острая адаптация соискателя.

Задача урока: Изучить сроки и этапы острой адаптации кандидатов

Цели урока:

- Узнать о видах и этапах острой адаптации кандидатов

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление об острой адаптации кандидатов

Присоединение к новой компании - сложный и трудный процесс, даже если это долгожданный и позитивный шаг.

Чтобы избежать спонтанных действий кандидата на фоне стресса, HR-Департаменту нужно:

- Составить план адаптации сотрудника на день/полгода/год
- Познакомить новичка с компанией
- Выбрать наставника
- Обучение

В план адаптации входит:

- Закрепление кураторов
- Описание этапов
- Сроки прохождения этапов
- Какие показатели должны быть достигнуты новичком на каждом этапе

Адаптация персонала бывает 3 видов:

1. *Социальная адаптация* - это процесс, результатом которого является включение нового работника в личные отношения, связанные с конкретной рабочей группой в социальной атмосфере коллектива.
2. *Профессиональная адаптация* - это процесс, результатом которого является решение рабочих задач и достижение требуемого стандарта производительности, а также обучение и образование сотрудника.
3. *Адаптация к корпоративной культуре* – процесс, результатом которого является формирование у сотрудника понимания политики компании.

Адаптацию в компании можно разделить на несколько этапов:

- **Ознакомительный этап**
- **Этап вступления в должность**
- **Этап эффективной ориентации**
- **Этап успешного функционирования**
- **Финальный этап**

Урок 3. Как рекрутер влияет на адаптацию новичка

Задача урока: Понять каким образом рекрутер влияет на адаптацию нового сотрудника

Цели урока:

- Сформировать представление о роли рекрутера в адаптации сотрудника
- Узнать что такое план адаптации

Ожидаемые результаты:

- Сформировано представление о роли рекрутера в адаптации новичка
- Научиться составлять план адаптации

**Первый человек, которого видят потенциальные сотрудники, когда приходят на собеседования - HR-специалист.
Это лицо компании!**

Момент адаптации начинается уже с **1 минуты** знакомства кандидата и HR-специалиста.

Адаптация – это процесс помощи новым сотрудникам справиться со своей новой работой, чтобы стать максимально продуктивным. Из этого определения вытекает главная роль рекрутера в адаптации новичка – «процесс помощи».

Вариант плана адаптации в большинстве случаев включает в себя:

- первое собеседование (какое должно быть, с использованием каких методик и техник),
- назначение работника на конкретную позицию (описание должности),
- знакомство с коллективом,
- welcome-тренинг (знакомство с компанией),
- предоставление информационного материала
- прохождение техники безопасности,
- определение видов и сроков других профессионально-квалификационных мер (дополнительные обучения, участие в тренингах),
- формирование соответствия ожиданий к конкретным рабочим задачам и проставление по ним же сроков,
- итоговая оценка пройденной адаптации и др.