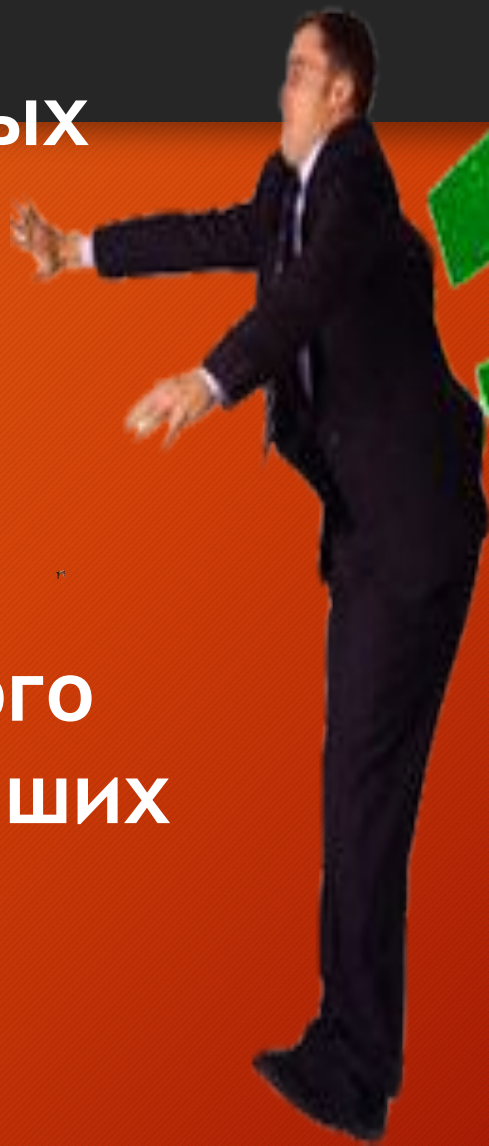


Выполнил: студент
группы УПб-4601
Попов Станислав

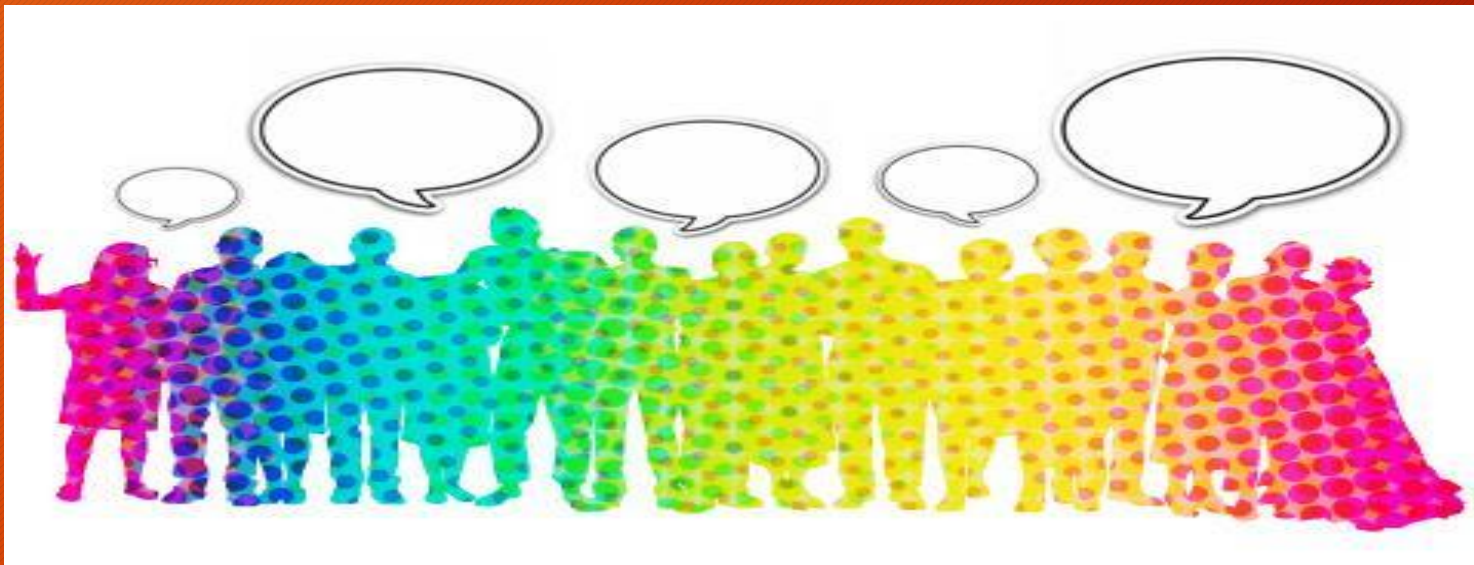
Рекрутинг и хедхантинг, как инструмент подбора кадров

HR-брендинг — это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя с целью постоянного привлечения лучших из лучших специалистов в своей отрасли.



На имидж фирмы влияет:

- мнение сотрудников (и даже их друзей и т.д.);
- мнение партнеров компании;
- мнение конкурентов компании;
- отзывы клиентов компании;
- прямая реклама со стороны производителя.



Согласно исследованию Ассоциации Greatplacetowork у компании с сильным HR-брендом :

- ◆ более высокая производительность труда и рентабельность;
- ◆ устойчивость во время экономических спадов;
- ◆ больше откликов от квалифицированных кандидатов;
- ◆ снижение текучести персонала;
- ◆ сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников;
- ◆ повышение уровня удовлетворенности и лояльности клиентов;
- ◆ больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников.



- Основная цель HR-брендинга - привлечение и удержание персонала.
- Целевая аудитория HR-бренда - работающие и потенциальные сотрудники компании.



Привлечение и удержание персонала:

- ☐ прозрачная система мотивации персонала;
- ☐ достойный компенсационный пакет;
- ☐ продуманная программа адаптации новых сотрудников;
- ☐ программы обучения и развития персонала;
- ☐ открытость и готовность руководства к общению, организация внутрикорпоративных мероприятий, сплачивающих коллектив - слетов, конференций, праздников.

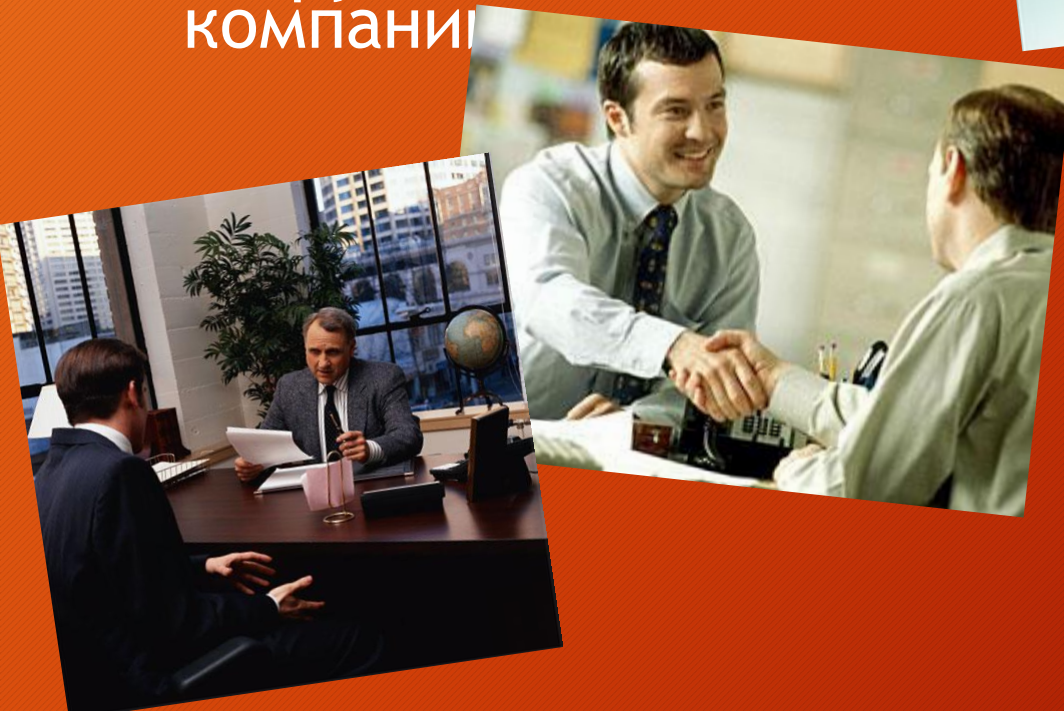


Итоги внедрения HR брендинга

- Увеличивается количество откликов на вакансии
- Увеличивается количество предложений по рекомендациям от сотрудников компании



- Сокращаются сроки закрытия вакансий
- Увеличивается количество сотрудников, успешно проходящих испытательный срок
- Увеличивается число качественных резюме



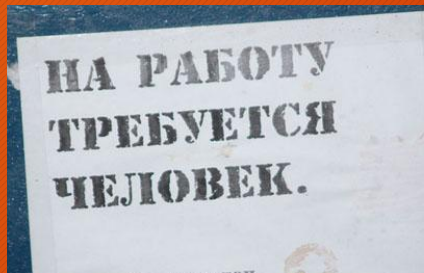


Рекрутмент (подбор персонала) - это процесс привлечения, отбора и подбора квалифицированных специалистов для работы.



Процесс рекрутинга состоит из:

- 1. Поиска кандидата с помощью объявлений и других методов.
- 2. Подбора потенциального претендента с помощью тестирования и/или собеседования.
- 3. Отбора кандидатов, который базируется на результатах тестирования и/или собеседования.
- 4. Процесса адаптации, во время которого сотрудник получает необходимые знания и навыки, которые помогут эффективно выполнять свою работу.



Инновации в рекрутинге:

- 1. Интернет-эксперты;
- 2. Он-лайн системы (фильтр);
- 3. Введение в должность.



- Хэдхантинг (от англ. *headhunting* — охота за головами, где *head* — голова и *hunting* — охота) — одно из направлений поиска и подбора персонала ключевых и редких, как по специальности, так и по уровню профессионализма специалистов.



Этапы хедхантинга:

- 1. Анализ потребности организации в персонале
- 2. Исследование рынка и отбор требуемых специалистов
- 3. Подготовка интервью и непосредственный контакт с кандидатом
- 4. Заключение контракта



Методы хедхантинга:

1) networking ("плетение сетей")

закljučается в том,
чтобы через связи
консультанта выйти
на необходимого
специалиста

2) direct search ("прямой поиск")

консультант совместно с
заказчиком определяет
круг компаний, где
может находиться
нужный специалист

Спасибо за внимание!

