HR•МУДРОСТЬ

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

Аллен Джонс

«Даже самые важные решения начинаются с маленьких идей»

№ 30 • I квартал • 2021

Издание для HR-единомышленников

Креативно. Эффективно. Изящно

ТЕМА НОМЕРА:

СВЕЖИЕ РЕШЕНИЯ

СОДЕРЖАНИЕ

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО
Новости ТК РФ 3

БЕСЕДЫ О
Современные практики мотивации 6

HRTECH
Обзор новых решений для рынка HR 13

РЫНКИ И РЕШЕНИЯ
Корпоративное питание. Санкт-Петербург 14

ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ
Развивающая среда корпоративного портала 17

РЫНКИ ТРУДА РЕГИОНОВ
Судьба российского Детройта:
индустриальный сектор Калужской области 20

ОСОБЫЙ СЛУЧАЙ
Трудовая мобильность россиян. 24

СОВРЕМЕННЫЙ РЕКРУТИНГ
Продвинутые вакансии: как привлечь кандидатов в интернете. 26

HR БРЕНД
Брендируем точки контакта 30

ГОВОРЯЩИЕ ЦИФРЫ
Забота об экологии на деле и на словах. 36

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ
7 идей для вовлеченности сотрудников на встречах онлайн 39

МНЕНИЕ БОЛЬШИНСТВА
Прощай, удаленка! 42

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
8 шагов для идей нового уровня 45

ПОСТРОЕНИЕ КАРЬЕРЫ
Компетенции для дистанционной работы 48

НА ЗАМЕТКУ
Эффективный поиск: работа в сети 50

ПРОВЕРЕНО
Отдыхать не работать:
оформляем документыс сотрудником 53

КОРПОРАТИВНАЯ ЖИЗНЬ
Wellbeing в движении 54

ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЙСТВИИ
Актуальные кейсы. 56

АНОНСЫ II КВАРТАЛА 2021 ГОДА
HR-мероприятия 60

ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО И ЗАКОНОТВОРЧЕСТВО
Новости ТК РФ

ПРЕДСТАВЛЯЕМ ОБЗОР НОВОСТЕЙ ТРУДОВОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ЗА 1 КВАРТАЛ 2021 ГОДА

С 1 сентября работодателям нужно по-новому комплектовать аптечки первой помощи

Утверждены новые требования к аптечке для оказания первой помощи сотрудникам. В ней должны быть, в частности:

- 10 масок медицинских нестерильных одноразовых (сейчас нужны 2 маски медицинские нестерильные трехслойные нетканые с резинками или завязками);
- 4 бинта марлевых медицинских размером не менее 5 м х 10 см (сейчас требуется 1 такой нестерильный бинт);
- 2 упаковки салфеток марлевых медицинских стерильных размером не менее 16 х 14 см N 10 (сейчас необходима 1 упаковка);
- 2 покрывала спасательных изотермических размером 160 х 210 см (сейчас нужна 1 шт.).

Требования действуют с 1 сентября в течение 6 лет.

Аптечки, собранные до этого времени, можно применять, пока не истечет срок годности, но не дольше 31 августа 2025 года.

С 20 марта больше многодетных работников могут брать отпуск в удобное для них время

Сотрудникам с 3 и более детьми до 18 лет разрешили использовать ежегодный отпуск в любое время по их желанию. Выбирать удобный период отдыха родитель сможет, пока младшему ребенку не исполнится 14 лет.

Эксперимент с электронными кадровыми документами хотят продлить до 15 ноября включительно

Планируют дольше проводить эксперимент по отказу от бумажных кадровых документов. Дату его окончания предложили перенести с 31 марта на 15 ноября. Проект принят в третьем чтении.

Минздрав предлагает разрешить работодателям проводить дистанционные медосмотры

По проектам организации смогут использовать медизделия, которые дистанционно контролируют состояние здоровья персонала. С их помощью разрешат проводить медосмотры отдельных сотрудников до, во время и после работы.

При дистанционной проверке придется обеспечить идентификацию личности, чтобы никто не прошел медосмотр за работника. Дополнительно сотрудники должны будут регулярно проходить исследование на наличие в организме наркотиков, психотропных веществ и их метаболитов.

Проекты проходят публичное обсуждение.

ПФР сможет включать в электронную трудовую книжку записи о работе до 2020 года

ПФР начал по просьбе граждан переносить записи о трудовой деятельности за период до 2020 года из бумажной трудовой книжки в электронную. При несо-

впадении данных со сведениями в фонде информацию уточнят у работодателей. Закон вступил в силу 7 марта.

Размещение вакансий на портале «Работа в России» может стать обязательным

В Госдуму внесен проект с поправками к Закону о занятости.

Работодателей, у которых за предыдущий год в среднем трудилось более 25 человек, могут обязать размещать вакансии на платформе «Работа в России». Такое же требование предусмотрят для органов госвласти, местного самоуправления.

Планируют расширить электронное взаимодействие. О приеме на работу соискателя от службы занятости либо об отказе в этом можно будет сообщить через сайт «Работа в России» вместо проставления традиционной отметки на направлении.

Правительство предложило усилить контроль за «безвизовыми» мигрантами

В Госдуму внесен проект о новых обязанностях иностранцев, которые в безвизовом порядке въезжают в РФ для работы. Им придется проходить:

- дактилоскопическую регистрацию и фотографирование;
- медосвидетельствование для подтверждения отсутствия опасных инфекций, ВИЧ-инфекции и наркомании).

На это у иностранца будет 30 календарных дней после въезда в Россию. Если работник уклонится от исполнения обязанностей, ему сократят срок временного пребывания.

Разработчики отмечают, что в основном изменения затронут мигрантов из государств ЕАЭС: Белоруссии, Казахстана, Армении, Киргизии. Требование не распространится на некоторых иностранцев, например на беженцев.

Утверждены новый перечень вредных факторов и работ, а также порядок обязательных медосмотров

Перечень производственных факторов и работ, при выполнении которых проводятся предварительные и периодические медосмотры, а также порядок проведения таких медосмотров вступят в силу с 1 апреля.

Перечень во многом повторяет положения действующего документа. Однако в нем есть ряд новшеств.

Так, в новом перечне в числе физических факторов по-прежнему указано электромагнитное поле широкополосного спектра частот (5 Гц – 2 кГц, 2 кГц – 400 кГц). При этом отсутствует оговорка, что его нужно учитывать только при превышении ПДУ. Если новый документ не уточнят, может снова стать актуальным вопрос, когда нужно организовывать медосмотры персонала, работающего за компьютерами более 50% времени.

Уточнили, в каких случаях нужно проводить осмотры, если место работы удалено от учреждений, оказывающих специализированную медпомощь. Транспортная доступность должна превышать 60 минут.

Во втором чтении приняли проект о временном удостоверении личности лица без гражданства

Временное удостоверение личности лица без гражданства в РФ – это новый для нашего законодательства документ. Его планируют выдавать на 10 лет лицу без гражданства, у кого нет:

- документа, удостоверяющего личность;
- подтверждения права проживать в другой стране;
- решения о выдворении из РФ, депортации или реадмиссии.

Форму и описание удостоверения утвердит МВД. В электронном виде документ выдавать не будут.

Работодатели смогут заключать трудовые договоры с обладателями таких удостоверений без

разрешения на их привлечение и использование. То же касается заключения ГПД. При этом от лиц без гражданства не будут требовать разрешение на работу или патент (п. 9 ст. 1 проекта).

Поправки нужно учитывать и другим компаниям, которым физлица предъявляют документы, удостоверяющие личность. Например, банкам, страховщикам, МФО и другим финкомпаниям.

Новая редакция раздела ТК РФ об охране труда

Планируют улучшить механизмы предупреждения производственного травматизма и профзаболеваний. Организациям придется систематически обнаруживать, распознавать и описывать опасности, в том числе их источники, условия возникновения и потенциальные последствия.

Работодателям хотят разрешить вести электронный документооборот в области охраны труда. Также для контроля за безопасностью они смогут дистанционно фиксировать рабочие процессы, в частности с помощью видео. Пока такая возможность закреплена в отдельных «свежих» правилах по охране труда.

При выполнении работ предлагают вести учет микротравм — ссадин, ушибов и других повреждений, которые не привели к расстройству здоровья или к временной нетрудоспособности. Нужно рассматривать причины их возникновения. Основанием для проверки послужит обращение пострадавшего к руководству.

ПФР обновил форму и порядок заполнения СЗВ-ТД

Изменения действуют с 1 июля.

В СЗВ-ТД добавлен раздел «Сведения о работодателе, правопреемником которого является страхователь». В нем правопреемник указывает снятого с учета страхователя, если подает или исправляет представленные им сведения.

Появилась графа «Работа в районах Крайнего Севера/Работа в местностях, приравненных к районам Крайнего Севера». Если работник трудится в такой местности, нужно ставить код «РКС» или «МКС».

Графу «Код выполняемой функции» придется заполнять по-новому. В ней нужно указывать 5 цифр в формате «XXXX.X»:

- первые 4 знака — код группы занятий по Общероссийскому классификатору;
- пятый знак — контрольное число.

Пока нужно указывать другой код (только при его наличии).

Как заполнить СЗВ-ТД, поможет разобраться наш обзор.

С 23 января надо применять обновленные АДВ-1, АДВ-2 и АДВ-3

ПФР включил в формы новые реквизиты:

- ИНН — вносится при наличии;
- номер актовой записи при рождении — указывается, если свидетельство о рождении предъявили как документ для удостоверения личности.

Кроме того, обновили электронные форматы, чтобы можно было передавать эти реквизиты.

Также ведомство уточнило правила заполнения реквизита «Кем выдан» для документа, удостоверяющего личность. Наименование органа надо указывать в строгом соответствии с этим документом.

Материал подготовлен с помощью СПС «Консультант +», «Гарант», сайта rostrud.ru.

БЕСЕДЫ О
Современные практики мотивации

СВЕТЛАНА БАРИНОВА

Менеджер по развитию корпоративной культуры и внутренних коммуникаций Goodvalley

— Светлана, расскажите немного о компании Гудвэлли, какие цели стоят перед HR-направлением, компанией в целом?

— Goodvalley — международная компания, мы занимаемся свиноводством, но также имеем свои земли. В России мы располагаемся в Тамбовской области. Говоря о целях, в первую очередь, стоит отметить, что перед нами стоит амбициозная задача войти в топ производителей свинины в России по эффективности за ближайшие пять лет. Мы также вошли в национальный проект по повышению производительности труда и должны за три года повысить ее на 30%.

— В связи с чем вы решили внести изменения в систему мотивации?

— Во-первых, для решения задач по повышению производительности труда, эффективности необходимо развивать своих сотрудников, выстраивать прозрачные системы.

Во-вторых, миссия компании — «мы работаем для лучшего завтра», Goodvalley — ценностно ориентированная компания, проповедующая Lean-культуру. Это требует гибкости от наших сотрудников, а также желания постоянного развития, поиска улучшений, активного вовлечения в процессы и ориентации на долгосрочную перспективу.

> ***Отдельным пунктом в системе мотивации является открытость и плоскость организации.***

Как и любая производственная организация, изначально мы шли по классическому пути оплаты труда и мотивации сотрудников, но с течением времени все больше убеждались, что ожидания от наших сотрудников и применяемая система разнонаправлены.

— Светлана, на чем сконцентрировали изменения?

— Чтобы мотивировать сотрудников и давать им возможность развиваться в рамках компании, мы решили

пойти своим путем. Сейчас мы находимся в процессе внедрения системы грейдов, которая позволит создать прозрачную и понятную платформу для развития сотрудников, а возможность повлиять на свое благосостояние путем собственного развития — чем не стимул для повышения производительности труда?

Мы взяли за основу классическую систему грейдов, но немного адаптировали под нас: в факторы оценки значимости позиции мы добавили знание английского языка, уровень владения lean-инструментами и степень развития soft skills.

Как и любой инструмент, система грейдов требует комплексного подхода. Так, на протяжении нескольких лет в нашей компании существует практика проведения диалогов развития. Диалог развития проходит со всеми ключевыми сотрудниками, во время которого у руководителя есть возможность обсудить достижения и сложности, повысить уровень доверия друг к другу, получить и дать конструктивную обратную связь и, конечно, составить план индивидуального личностного и профессионального развития сотрудника.

Наши сотрудники имеют возможность развивать как профессиональные навыки, так и личностные компетенции через годовые программы обучения внутри компании и за ее пределами, точечные курсы по определенным тематикам, уроки английского языка со штатным преподавателем.

Линейным сотрудникам, как правило, тяжелее увидеть свои перспективы в компании, но нам важно показать, что, помимо вертикального развития, существует и горизонтальный рост, и вырасти в настоящего специалиста не менее почетно и значимо, чем стать руководителем. Поэтому в рамках грейда для линейного персонала разработаны 6 подступней развития, благодаря которым они могут четко видеть потенциал и действия, которые необходимо совершить для собственного роста. Чаше в нашу компанию приходят люди, незнакомые с профессией, а такая система в комплексе со структурированной системой адаптации новичков помогает не только выйти на максимально эффективные показатели производительности в кратчайшие сроки, но и всегда иметь четкие ориентиры развития.

> ***...нам важно показать, что, помимо вертикального развития, существует и горизонтальный рост, и вырасти в настоящего специалиста не менее почетно и значимо, чем стать руководителем.***

Все сотрудники принимают активное участие в KPI-собраниях и четко понимают, как они могут повлиять на получение ими ежемесячных производственных бонусов. Мы также планируем внедрение годового бонуса для реализации долгосрочных целей, но здесь огромную роль играет командная работа и взаимопомощь.

— Светлана, повлияла ли на вашу систему мотивации пандемия? Произошли ли какие-то изменения в системе льгот и компенсаций, внутренних коммуникаций?

— Мы предлагаем сотрудникам расширенный социальный пакет, корпоративные льготы у компаний-партнеров. За прошедший год в компании расширился ДМС, но больше из-за внутреннего запроса. С связи с пандемией мы стали выдавать средства индивидуальной защиты для личного пользования, живые встречи перевели в онлайн, тестировали сотрудников на COVID-19 за счет компании, а в остальном — как компания непрерывного действия — во внутренних коммуникациях и организации работы мы ничего не меняли.

— Какие еще инструменты помогают вам в мотивации сотрудников?

— Помимо материальной мотивации, у нас развита широкая нематериальная система. Раз в год мы направляем наших сотрудников в поездку в Данию, куда съезжаются представители наших сестринских компаний. У сотрудников есть возможность пообщаться с основателями компании, а также увидеть технологии

датского животноводства вживую. Данная программа существует в основном для линейного персонала.

Также у нас есть широкий ряд корпоративных мероприятий, направленных на помощь местному населению, реализацию зеленых инициатив; существует хорошая традиция вовлечения семей наших сотрудников в жизнь компании. И, конечно, мы отмечаем все успехи, маленькие и большие.

Отдельным пунктом в системе мотивации является открытость и плоскость организации. Любой сотрудник может обратиться к генеральному директору и остальным руководителям в любое время — по имени и «на ты»: мы все равны и работа каждого важна вне зависимости от должности.

Наша модель лидерского поведения, наши ценности, а также ощущение того, что ты важен, важно все, что ты делаешь и именно ты можешь повлиять на результаты компании, создает необыкновенное чувство сопричастности, семейности, желания приходить на работу каждый день.

БЕСЕДЫ О
Современные практики мотивации

МЕТИН МЕТЕ

Генеральный директор
ХАЯТ Россия

КЕНУЛЬ РАГИМОВА ЧЕЛИК

Директор по персоналу
ХАЯТ Россия

— Господин Мете, какие задачи стоят перед Хаят в России сегодня, каковы планы компании?

— ХАЯТ — крупный международный холдинг, который работает в направлениях B2B и B2C, производит бумажно-гигиеническую продукцию, товары взрослой и детской гигиены и бытовую химию. В России мы представлены в бумажно-гигиенической товарной категории двумя потребительскими брендами (Papia и Familia) и брендом для профессионального использования (Focus). Мы начали инвестировать в 2014 году, а 6 лет назад была запущена первая производственная линия в Татарстане. С 2019 года там же, на территории Особой Экономической Зоны «Алабуга», была введена в эксплуатацию вторая линия, удвоившая наши производственные мощности. Сейчас мы строим еще один завод — уже в Калужской области — и планируем ввести еще одну линию в работу в начале следующего года. Это позволит ХАЯТ стать лидером по производству бумажно-гигиенической продукции в России. В конце 2020 года мы достигли 37% российского рынка бумажных полотенец и 29% рынка туалетной бумаги. Сегодня в России у нас около 900 сотрудников, а с новым заводом в 2022 году мы планируем достичь полутора тысяч — уже скоро мы начнем активно приглашать на работу руководителей, инженеров различных направлений и рабочий персонал.

— Господин Мете, по каким принципам вы строите отношения с работниками, что удерживает сотрудников в компании?

— Внутри компании ХАЯТ Россия мы проповедуем две ценности. Первое — это прозрачность. Что означает прозрачность? В компании не существует скрытой повестки. Все решения принимаются открыто, наши сотрудники имеют право узнать об основаниях любого принятого решения. Если мы реализуем проект, который повлияет на работу компании или сотрудников, мы регулярно делимся информацией о статусе проекта и прогрессе. Мы с равной справедливостью относимся ко всем нашим служащим: если они считают, что какое-либо действие неправомерно, у них есть возможность обратиться со своей проблемой в Комитет по этическим вопросам. Для меня очень важно иметь открытые отношения с сотрудниками, поэтому я стараюсь гармонично выстраивать их со всеми из них.

Вторая основополагающая ценность — человекоориентированность. На мой взгляд, независимо от занима-

емой должности, каждый сотрудник — это бриллиант нашей компании. Поэтому моя обязанность — сохранить их, предоставив лучшую среду для работы.
Я хочу, чтобы наш персонал не просто работал здесь, но и наслаждался этим процессом. Я хочу, чтобы они чувствовали, что их вклад высоко ценится. Для этого мы устраиваем регулярные тренинги для профессионального роста наших сотрудников. Чтобы поднять командный дух, мы часто проводим мероприятия по сплочению коллектива. Недавно компания провела глобальное исследование вовлеченности сотрудников, и результат был блестящим: наш уровень значительно превысил среднее значение по крупным FMCG-компаниям России. Мы следуем по правильному направлению, но нет предела совершенству. Мы сделаем все возможное, чтобы получить статус лучшего работодателя России.

Ощущение того, что о тебе заботятся, делает труд более значимым и повышает привязанность к компании.

— Госпожа Челик, какие произошли изменения в системе мотивации в компании за последнее время?

— Несмотря на то, что в последний год на систему мотивации сильно повлияла пандемия, мы начали совершенствовать ее еще до этого момента, ведь мы всегда прислушиваемся к пожеланиям сотрудников, а с учетом смены поколений меняются и их приоритеты. Изменение системы мотивации во многом реализуется через «дни открытых дверей», то есть встречи генерального директора с разными категориями сотрудников, на которых он получает обратную связь об их ожиданиях, потребностях и ценностях. После таких встреч мы внедряем что-то новое в мотивационные программы — то, что действительно будет работать.

Так, от более молодого поколения у нас есть запрос на предоставление возможностей для творческого проявления и расширенных коммуникаций. Мы стали уделять больше внимания сотруднику не как работнику, а как отдельной личности. Например, мы интересуемся увлечениями нашего персонала и создаем интересные рассылки, в которых они могут рассказать о своих хобби, поделиться достижениями, вдохновить других коллег и найти новые общие точки для взаимодействия. Также мы проводим онлайн-встречи и мероприятия, посвященные государственным праздникам и важным вехам внутри компании.

До пандемии у нас была традиция общих завтраков в офисе, но сейчас нам пришлось ее немного трансформировать — теперь сотрудники получают горячие завтраки в индивидуальных коробочках, но и такой формат позитивно сказывается на вовлеченности: мы получаем положительную обратную связь, в том числе в виде благодарственных постов в соцсетях.

В 2020 году мы переформатировали наше традиционное мероприятие Family Day, посвященное Дню защиты детей, и провели конкурс детского творчества. Награждены были все дети, а не только победители. Их рисунки мы разместили на календаре — 2021, который получил на Новый год каждый из сотрудников.

В прошлом году мы даже организовали флэшмоб в честь запуска нового продукта — сотрудники передавали упаковку из кадра в кадр для корпоративного видео, что было воспринято с большим воодушевлением, а люди с удовольствием участвовали в проекте.

— Госпожа Челик, как изменились мотивирующие факторы работников в последние годы, видите ли вы заметную разницу?

— На самом деле, мне кажется, что значительных изменений в мотивации не произошло. Да, поколению Z более интересно творчество, совместная работа, новые форматы коммуникаций, но во все времена сотрудник ценил заботу и внимание. Недавно мы получили обратную связь от наших региональных представителей — тех, которые работают «в полях»: они ценят ХАЯТ как раз за то, что, даже находясь не в офисе, а работая в одиночку, ощущают заботу работодателя. Это проявляется в подарках к праздникам, к пятилетию бренда (не премии, а именно физические подарки, которые мы отправляем в регионы), открытках с теплыми словами — казалось бы, мелочи, но они создают чувство сопричастности к компании. Ощущение того, что о тебе заботятся, делает труд более значимым и повышает привязанность к компании.

— Господин Мете, какой подход у компании к работе с поколением Z?

— Мы ценим то, как поколение Z воспринимает нашу компанию. Как генеральный директор, я провел специальную встречу с сотрудниками — «представителями» поколения, чтобы понять их отношение и восприятие подхода и принципов компании, выслушать их предложения по развитию компании. Некоторые из озвученных идей уже реализованы и применяются на практике. Мы поощряем их и впредь открыто делиться соображениями в любое время. Мы знаем, что индивидуальный подход к управлению поколением Z жизненно важен для любой развивающейся компании, поскольку будущее стоит за молодыми сотрудниками. Мы уделяем большое внимание озвученным идеям и предложениям, которые позволят компании придерживаться современной концепции управления и ведения бизнеса.

> ***Мы знаем, что индивидуальный подход к управлению поколением Z жизненно важен для любой развивающейся компании, поскольку будущее стоит за молодыми сотрудниками.***

— Госпожа Челик, какие классические инструменты, методы в системе мотивации сотрудников продолжают работать, а какие устарели, требуют замены/пересмотра, на ваш взгляд?

— Меняя систему мотивации, нельзя забывать о «гигиенических» льготах — доставка, питание сотрудников и спецодежда остаются важным фактором мотивации.

Не могу сказать, что мы от чего-то отказались — многие инструменты просто трансформировались под современную реальность. Внутренние коммуникации во многом перешли в онлайн-формат — за последний год мы сделали наши рассылки более целенаправленными и красочными: делились с коллегами информацией о бесплатных спортивных ресурсах, возможностях изучения английского языка, развития памяти, внимательности и так далее. Сотрудники стали чаще реагировать на письма, пробовать новое, а некоторые из них, например, существенно повысили владение английским языком.

Мы открыли для наших сотрудников электронную корпоративную библиотеку от крупного издательства, и этот формат оказался очень привлекательным, особенно для служащих до 25 лет. Нововведение подарило возможность не только читать книги, но и слушать их, а также смотреть видео. В библиотеке можно проводить встречи с авторами, обсуждать прочитанное, а также изучать различные курсы, использовать тренажеры для ума.

Все тренинги мы также перевели в онлайн-формат, что дало нам несколько преимуществ: сейчас у всех сотрудников появилась возможность участвовать в общих тренингах от штаб-квартиры на английском языке. За прошедший год мы также обучили внутренних тренеров, и теперь они успешно работают на благо компании.

ХАЯТ — это семейная компания. Мы уделяем много внимания детям, семьям, помогаем им, если что-то случается, и это мотивирует персонал даже больше, чем материальные блага. Инструменты и ресурсы будут сменять друг друга, а внимание к сотруднику и забота о нем остаются ценными во все времена.

HRTECH
Обзор новых решений для рынка HR

Мир продолжает стремительно меняться. Одни сервисы и решения появляются и находят своего потребителя, другие почти сразу забываются. Так и в HR-Tech — многие из новых проектов, так и не получив признания, исчезают.

Сегодня мы рассмотрим наиболее необычные решения для HR начала 2021 года. Какая судьба ждет их? Посмотрим...

Weriseapp — инструмент для индивидуального карьерного планирования. Сотрудник ставит себе цели, выполняет задачи, руководитель и коллеги видят прогресс и помогают. Платформа представляет из себя фреймворк, который помогает двигаться и развиваться каждому сотруднику организации.

Asynchr — наилучшие кандидаты не всегда находятся на работных сайтах. Asynchr предлагает сервис для публикации видео-вакансий во все социальные сети, на которые соискатели смогут записать видео-отклики.

Workwell — стартап, который занимается поддержкой удаленных сотрудников. Доставка, установка и настройка оборудования для работы, доставка удаленным сотрудникам вкусных перекусов, персонализированных бонусов из физического мира.

Sellcrowd — платформа для поиска менеджеров по продажам. Сервис похож на работный сайт, но имеет отличия. На нем можно не только опубликовать вакансию для поиска сотрудника в офис на полный рабочий день, но и найти удаленного менеджера по продажам или профессионала на частичную занятость. Также кандидаты отмечают, в каких сферах специализируются.

Inkommon — инструментарий для менеджера. С помощью сервиса руководители смогут улучшить свои навыки, использовать инструменты для повседневной работы и развиваться профессионально.

А вы используете в работе какое-нибудь нестандартное и необычное приложение? Пишите в редакцию — мы будем рады рассказать о вашем опыте!

Дмитрий Яровой

РЫНКИ И РЕШЕНИЯ
Корпоративное питание. Санкт-Петербург

Обеспечение сотрудников питанием сегодня является значимой льготой, в первую очередь, для сотрудников производственных компаний в связи с их удаленностью от городской инфраструктуры и большим количеством человек, которым нужно одновременно пообедать.

Рассмотрим особенности предоставления этой льготы для работников г. Санкт-Петербург.

Позиция работодателей

Более чем четверть опрошенных нами предприятий — представителей разных сфер деятельности — никак не организуют питание своих сотрудников, при этом все работодатели отметили, что организовывать питание для сотрудников на предприятии если не необходимо, то крайне желательно. У 44% компаний сотрудники самостоятельно обедают в кафе или ресторане, 37% предоставляют персоналу возможности приема пищи в обустроенном помещении, а собственная столовая есть чуть более чем у четверти предприятий.

Лишь 5% предприятий обеспечивают сотрудников полностью бесплатным питанием, 8% компенсируют оплату, 18% предоставляют питание по льготным ценам.

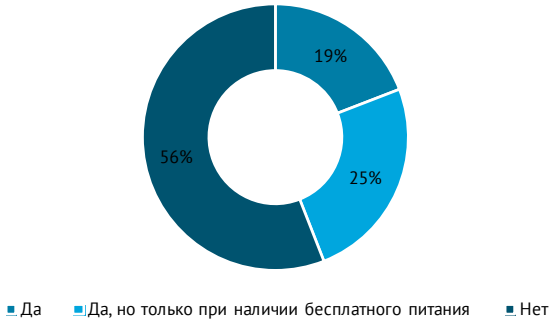
Средний чек на оплату питания одного сотрудника для предприятий составляет менее 300 рублей.

Во время пандемии многие предприятия перевели офисных сотрудников в режим хоум офис. Как это сказалось на организации питания? Наши респонденты отмечают, что практически всегда при переводе сотрудников на дистанционный формат

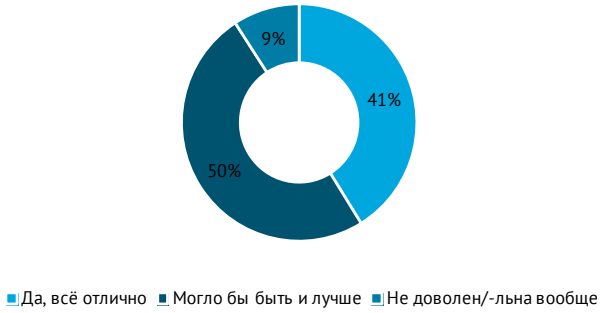
Организация питания на предприятиях Санкт-Петербурга

Критерии оценки организованного питания

Наличие организованного питания как решающий фактор для выбора места работы



Удовлетворенность работников качеством и организацией предоставляемого питания



работы организация питания прекращалась. Иногда работникам компенсируют затраты на питание (4%), еще реже — привозят готовые обеды домой (3%).

Представители предприятий считают самым важным критерием организованного питания о его качество, на втором месте с небольшим отрывом — стоимость услуг, и только на третьем месте — вкусовые показатели предоставляемого питания.

Мнение работников

Решающим фактором при выборе места работы наличие организованного питания станет для 44% опрошенных нами специалистов, при этом факт бесплатного питания важен для четверти работников.

Безусловно, на интерес к льготе влияют пол, возраст, категория должности респондентов. Так, для женщин эта льгота оказалась немного более значимой.

Самостоятельно оплачивая своё питание, работники тратят меньше денег, чем работодатели при организации обедов: в среднем опрошенные сотрудники тратят от 101 до 200 рублей на один прием пищи.

Сотрудники, имеющие организованное питание на работе, часто недовольны качеством этой льготы. Всё устраивает менее половины респондентов.

Возможности рынка услуг

На рынке организации питания представлены компании с различным спектром услуг:

- организация столовой полного цикла,
- организация доготовочной столовой,
- буфеты-раздаточные,
- доставка горячего питания,
- организация мобильных пунктов с раздачей обедов.

Рынок услуг в целом сформирован, и значительную разницу в стоимости мы наблюдаем только в зависимости от качества продукции или сервиса.

Так, стоимость доставки готового обеда на одного сотрудника варьируется в среднем от 100 до 300 рублей, стоимость одного приема пищи при организации столовой полного цикла — от 135 до 310 рублей.

Половина работодателей при этом отмечает высокую стоимость услуг как недостаток поставщиков питания.

На рынке существует ряд проблем, связанных с качеством услуги. Треть предприятий жалуются на небольшие порции и снижение качества со временем, почти пятая часть считает меню однообразным и 13% отмечают низкие вкусовые качества питания.

Недовольство поставщиками со стороны предприятий

Организация питания является важной частью пакета льгот и компенсаций и требует пристального внимания со стороны работодателей: актуальность данной льготы стоит рассматривать в том числе с точки зрения возможности качественного ее предоставления, так как уровень недовольства работников на сегодняшний день высок, а значит, ресурсы, выделенные предприятием, используются недостаточно эффективно.

Евгения Максимова

ИНСТРУМЕНТЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ

Развивающая среда корпоративного портала

Даже те компании, кто и не задумывался о внедрении интранет-портала, в 2020 году активно интересовались такими решениями. Многие приобрели или разработали портал под себя, а те, кто уже пользовался внутренним порталом или социальной сетью, в связи с переходом на дистанционный режим почувствовали потребность в его усовершенствовании.

В базовом варианте корпоративный портал (или корпоративная социальная сеть) закрывает потребность компании во внутренних коммуникациях, особенно в случае с распределенными командами. Мы можем быстро проинформировать сотрудников об изменениях и мероприятиях, обсудить новости на форуме или поздравить коллег с памятными датами.

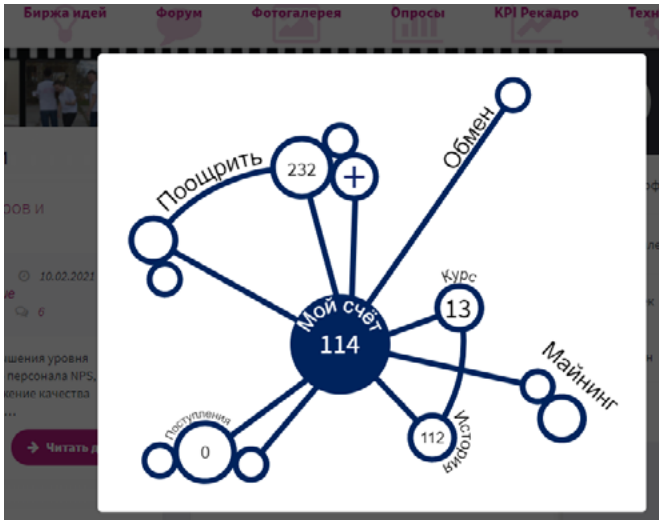
Более продвинутые решения могут включать в себя глубокий функционал от хранения документов и базы знаний до автоматизации ряда HR-процессов (например, организация обучения и оценки персонала, подача заявлений от сотрудников) или же интегрироваться с другими HR-системами.

Ряд предприятий рассматривают портал и в качестве развития творческого начала сотрудников. Так же мыслим и мы. Как развить творческий потенциал, повысить вовлеченность и лояльность с помощью простых инструментов? Расскажу на трех примерах.

Корпоративная валюта

Одним из важных объединяющих элементов нашего портала является корпоративная валюта — рекбиты. Это электронные деньги, которые хранятся у каждого сотрудника в его личном кошельке, причем в нем есть два отделения — поощрительный фонд, из которого он может поблагодарить других коллег за какую-либо помощь, и личный фонд, которым он может распоряжаться по своему усмотрению:

- обменять на рубли по текущему курсу (курс меняется раз в месяц и зависит от результатов работы компании),



- инвестировать в идеи на Бирже,
- потратить в корпоративном онлайн-бутике.

Как сотрудник получает эти деньги? В поощрительный фонд мы раз в год перечисляем сотрудникам рекбиты, а вот с получением личных средств история куда более интересная.

Конечно, в первую очередь, сотрудник может получить их от коллег, оказывая им помощь. Если он удачно «вложился» в биржу, инвестиции вернутся к нему в удвоенном размере. Но мы внедрили в практику еще и решение майнинга, при котором сотрудник может «добыть» деньги, выполняя разные действия.

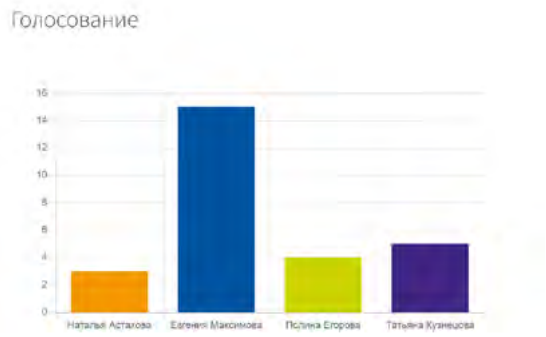
Майнинг помогает вовлечь персонал в решение задач компании — как внутренних, так и внешних — с помощью игры. За что сотрудник может получить рекбиты? Вот некоторые примеры:

- физическая активность: прохождение определенного числа шагов ежемесячно, посещение спортзала, участие в соревнованиях,
- продвижение бренда компании: написание статей и комментариев по запросу СМИ, выступления на мероприятиях,
- участие в экологических акциях,
- предложение коллегам рецептов вкусных и полезных блюд,
- достижение особых результатов в процесс-показателях своей работы,
- успехи на Бирже идей.

Как это работает?
Это решение драйвит людей на инициативу и активность в развитии корпоративных компетенций, реализации социальной и экологической ответственности, участие в wellbeing-проектах.

Биржа идей

Банк идей существует в некоторых компаниях, но чаще всего он реализован как копилка идей. Большинство предприятий, где существует такая



практика, отмечают, что со временем люди перестают делиться идеями или качество идей значительно снижается. Как мотивировать сотрудников размещать идеи? Добавить интерактива!

На Бирже мы реализовали возможность не только разместить свою идею, но и инвестировать в чужую. Если идея будет реализована, инвестор вернет деньги и получит прибыль, а автор и реализатор получат бонусы в размере вложенных коллегами рекбитов.

Как это работает?
Сотрудники стараются размещать на Бирже те идеи, которые привлекут инвесторов — а это значит в том числе проработать идею, сделать ее первичную оценку и грамотно подать.

Включается азарт! Вложиться в идею и получить прибыль, дождаться удачного курса и обменять рекбиты на рубли — всё это учит коллег грамотному планированию, анализу и прогнозированию.

Корпоративный бутик

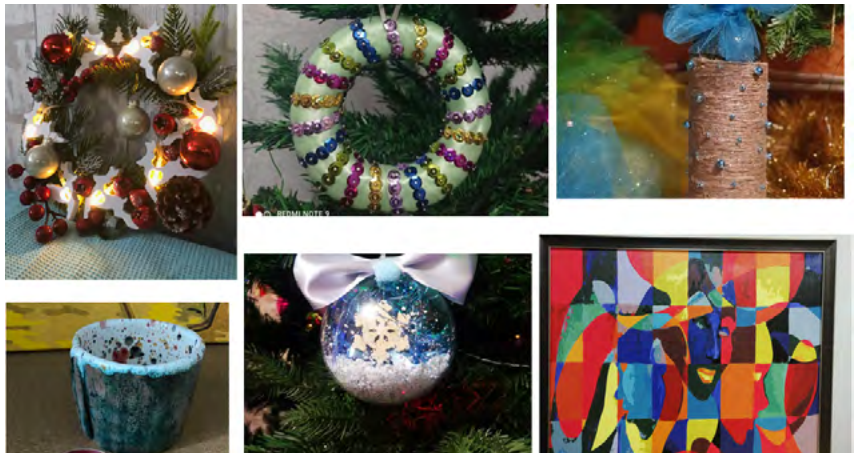
Потратить корпоративные деньги можно и на самом портале. В нашем корпоративном магазине есть не только материальные ценности — от сувенирной продукции HR-мудрость до заказа торта или пиццы — но и приятные мотивирующие бонусы: например, можно приобрести day off или возможность начинать рабочий день позже в течение недели. Корпоративный бутик

может помочь и в реализации благих дел. Так, в конце прошлого года мы провели акцию «Удивляем талантами — помогаем делом»: сотрудники изготавливали своими руками поделки, сувениры, подарки и размещали их в корпоративном бутике, а коллеги покупали их за рекбиты. Вырученные от продажи средства в пересчете на рубли по текущему курсу мы планировали перечислить в благотворительный фонд по выбору сотрудников.

За неделю в магазине были размещены и проданы около 40 работ: картины, новогодние украшения, посуда и даже мёд! В том, куда направить вырученные средства, мнения сотрудников разделились, и мы поделили сумму между фондами помощи детям и бездомным животным.

Драйвить, вдохновлять сотрудников на творчество и саморазвитие можно и нужно постоянно, раскрывая потенциал через разные инструменты и цифровые решения, повышая лояльность и вовлекая в решение тех задач, от которых конкретный сотрудник, казалось бы, далёк. Корпоративный портал может стать отличной площадкой для такой цели и сделать работу в компании не только более увлекательной, но и эффективной.

Дмитрий Яровой



РЫНКИ ТРУДА РЕГИОНОВ

Судьба российского Детройта: индустриальный сектор Калужской области

По итогам исследования компании «Рекадро» ***«Рынок труда, заработных плат, льгот и компенсаций в индустриальном секторе. Калужский регион»***

По итогам исследования компании «Рекадро» «Рынок труда, заработных плат, льгот и компенсаций в индустриальном секторе. Калужский регион»

На старте развития Калужской области — как региону, активно привлекающему инвестиции в сфере автомобильной промышленности, — многие эксперты предрекали судьбу второго Детройта. С какими результатами один из 13 регионов-доноров прошел 2020 год, как чувствуют себя промышленные предприятия и какие уроки HR-менеджеры вынесли из ситуации на рынке труда?

По разным корзинам

С 2006 года в Калужской области открыто 116 новых предприятий, создано более 30 000 рабочих мест, и давно уже активно работают предприятия не только автомобильной промышленности. Сегодня перед нами яркий пример промышленного региона с доминантой обрабатывающих производств: их удельный вес в общем объеме промышленного производства за 2020 год составил 95,9%.

В структуре промышленного производства региона основной удельный вес занимают машиностроение и металлообработка (57,1%), производство пищевых продуктов (16,2%), лекарственных средств (4,3%), строительных материалов (4,2%).

В регионе развиваются фармацевтический, транспортно-логистический, агропромышленный кластеры, кластер информационно-коммуникационных технологий и другие.

В 2020 году заключено 14 инвестиционных соглашений и 8 соглашений о намерениях, в рамках которых предполагается создание 2639 рабочих мест.

С учетом такой серьезной динамики и численности населения области в чуть более одного миллиона человек предприятия, конечно, все эти годы сталкиваются с вызовами при привлечении и удержании сотрудников. Высокая внутрирегиональная конкуренция обуславливает гонку зарплат, развитие релокационных программ, но это еще не всё: регион конкурирует за персонал с находящейся рядом Москвой, куда часто идет отток сильных специалистов. И хотя миграционный приток из других регионов

и стран растет, значительного облегчения работы HR-служб в последние годы не наблюдалось.

Итоги 2020 года

По итогам 2020 года мы наблюдаем снижение основных социально-экономических показателей региона: так, оказались в отрицательном поле индекс промышленного производства, оборот розничной торговли, объем платных услуг населению, реальные денежные доходы населения.

Ухудшилась и ситуация с естественной убылью населения: рост смертности за прошедший год составил 17,8%.

Индекс промышленного производства снизился на 0,8% к предыдущему году, в производстве автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов — значительно сильнее: -18%. Для сравнения — в Санкт-Петербурге, где также развита автомобильная промышленность, аналогичный показатель по производству автотранспортных средств, прицепов и полуприцепов снизился на 11,4%, а вот Ленинградская область в этом секторе производства показала уже куда более сильную отрицательную динамику — минус 30,4%.

Калужская область всегда отличалась невысоким уровнем безработицы, но в 2020 году ее уровень прилично вырос: безработица по МОТ составила 5,1% (в 2019 году — 3,9%), а по уровню регистрируемой безработицы область опустилась с третьего на четвертое место в Центральном Федеральном округе (после Липецкой, Белгородской и Тамбовской областей).

Топ 8 отраслей с высоким спросом на персонал

Топ-7 льгот в пакете производственных предприятий - 2020

Тем не менее во второй половине года потребность в персонале начала восстанавливаться, и концу декабря вакансий было на 3,8% больше, чем к аналогичной дате 2019 года.

Наибольшую кадровую потребность в отраслевом разрезе по-прежнему испытывает автомобильная промышленность. Высока потребность в пищевой отрасли, отрасли товаров народного потребления, IT сфере, а также в медицине, фармацевтике и финансовом секторе.

В индустриальном секторе более всего среди рабочих профессий востребованы водители погрузчика, операторы производственных линий, комплектовщики, укладчики-упаковщики.

Среди специалистов по-прежнему наиболее популярны производственные инженеры: технологи, конструкторы, механики, инженеры по автоматизации; на втором месте по популярности запросов от работодателей — специалисты в сфере технической эксплуатации и сервиса, на третьем месте — складские работники.

Льготы и компенсации

В виду высокой конкуренции за персонал производственные предприятия предоставляют своим

работникам расширенный пакет льгот и компенсаций. Безусловно, международные компании предлагают более дорогие пакеты, но и российские вынуждены «подтягиваться». В разряд гигиенических льгот уже переходит добровольное медицинское страхование, присоединяясь к таким льготам, как организация питания и доставка.

При этом в последние годы работодатели стараются экономить на некоторых льготах — снижают стоимость пакета ДМС, размеры компенсаций за мобильную связь или использование личного автомобиля, суммы материальной помощи. По итогам 2020 года также ожидаемо снизились затраты на организацию корпоративных мероприятий.

Рынок заработных плат

Рост заработных плат в регионе замедлился. Среднедушевые денежные доходы выросли на 4,4%, но реально располагаемые доходы снизились на 1,3%. У ведущих производственных предприятий региона, которые приняли участие в исследовании «Рынок заработных плат, льгот и компенсаций в индустриальном секторе», мы наблюдаем рост заработных плат в среднем на 2,9%, что почти в два раза меньше, чем по итогам 2019 года.

Тем не менее заработные платы в регионе высоки в сравнении с другими областями ЦФО: по уровню среднемесячной начисленной заработной платы

Уровень заработной платы по средним и крупным предприятиям, руб.

Калужская область традиционно занимает третье место, уступая только Москве и Московской области.

Конкурируя за квалифицированных специалистов, предприятия доплачивают им за знания и навыки — так, в виду большого количества международных компаний в регионе, владение иностранным языком является одним из важных навыков для многих открытых позиций, и надбавка к зарплате специалистам со знанием иностранного языка составляет в среднем 42%, хотя это применимо скорее для ключевых позиций.

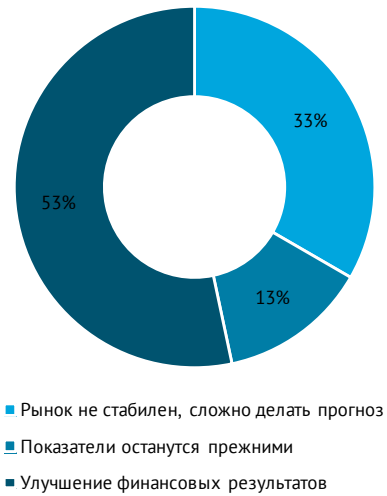
При этом актуальна поляризация заработных плат на российских и международных предприятиях: хотя за последний год разрыв в уровне оплаты труда между ними сократился, зарплаты на предприятиях с иностранным капиталом на треть выше, а по некоторым ключевым позициям разница может составлять более 100%.

Работа в условиях сложного рынка

Ситуация на рынке труда Калужской области впервые за длительный период времени оказалась выгодной работодателю: уровень общей безработицы вырос, как и коэффициент напряженности; гонку заработных плат оказалось возможным если не прекратить, то поставить на паузу. Как же действуют компании сегодня?

- Значительная часть предприятий в 2020 году оптимизировала численность, но в 2021 году многие планируют восстановить штат. Предприятия понимают, что сейчас есть возможностью усилить штат квалифицированными специалистами и увеличивают требования к кандидатам;
- В условиях сложной экономической ситуации и высоких затрат на персонал ожидание руководством эффективных решений от HR растет, как и давление на HR-службу конкретными KPI и целевыми задачами — так, значительно чаще в KPI HR-служб стал входить показатель производительности труда (+33%);
- Гибкие формы занятости продолжают пользоваться спросом у работодателей — аутсорсинг биз-

Ожидания предприятий по финансовым показателям компании на 2021 год



нес-процессов, программы мобильности персонала остаются в задачах HR-службы на 2021 год.

- Рекрутинг для работодателей становится всё более дорогим, растёт стоимость привлечения кандидатов, поэтому большую роль будет играть HR аналитика и оптимизация затрат на подбор, равно как и использование в рекрутинге лучших практик маркетинга, а также поиск новых технологических решений.

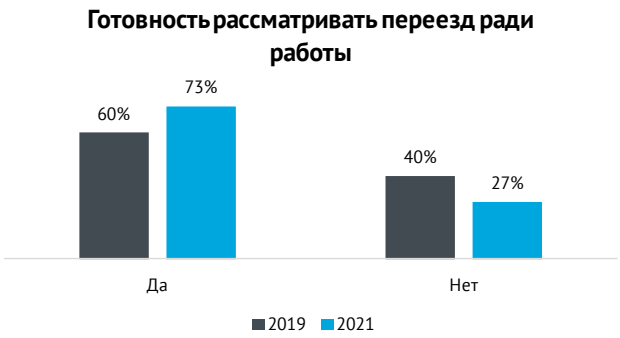
- В отношении ключевых специалистов предприятия по-прежнему в ряде случаев поддерживают релокационную политику — регион потенциально привлекателен для кандидатов достойным уровнем жизни, близостью к столице и современной инфраструктуре, локализацией крупных брендов, что помогает привлечь ценные кадры, иногда даже из Москвы или Санкт-Петербурга.

Одно можно сказать с уверенностью — судьба второго Детройта Калужскому региону не грозит, по крайней мере, в ближайшее время. Диверсификация отраслей и инвестиционная привлекательность региона позволяют сохранять показатели более высокими, чем в других регионах России, а значит, работодателям нельзя расслабляться и нужно использовать текущую ситуацию для укрепления своих позиций на рынке.

Евгения Максимова

ОСОБЫЙ СЛУЧАЙ
Трудовая мобильность россиян

В России действует программа повышения трудовой мобильности, развивающиеся регионы испытывают дефицит специалистов, а уровень дохода в субъектах РФ очень неоднороден. Готовы ли жители России переехать в другой регион работы и повлияла ли эпидемиологическая обстановка на их позицию? По-прежнему ли Москва и Санкт-Петербург являются главными регионами-аттракторами? Как складывается судьба россиян, сменивших место



жительства для построения карьеры? На эти и другие вопросы ответили жители разных регионов.

Причины для переезда

Готовность к переезду у жителей России в сравнении с 2019 годом выросла на 13%, несмотря на пандемию, и теперь почти три четверти россиян готовы рассматривать переезд.

Среди тех, кто рассматривает возможность переехать, основные причины для релокации совпадают с причинами, по которым жители на самом деле переезжали, — это низкий уровень дохода (+15%), плохое состояние экономики в регионе (+3%), отсутствие возможностей профессионального и карьерного роста.

По отношению к 2019 году возросла важность таких факторов, как плохой климат и экология, слабо развитая инфраструктура региона и отсутствие возможности устройства личной жизни.

Что нужно, чтобы специалист согласился переехать?

- на первое место в 2021 году вышел фактор достойного уровня жизни в регионе, поднявшись с 4 места (57%);
- на второе место опустилось очень привлекательное по условиям найма предложение о работе, сохранив прежнее количество голосов (52%);
- на третьем месте оказался хороший климат в регионе (43%).

- В пятерку важных характеристик для региона переезда вошли также развитая инфраструктура (37%) и возможности профессионального/карьерного развития (35%).

Отказываются же от переезда специалисты, в основном, из-за семьи (49%).

Куда переезжать

Юг России становится всё более привлекательным для внутренней миграции: в два раза чаще жители Росси стали выбирать для переезда Краснодар и Сочи; среди же потенциально интересных для переезда регионов Краснодару и Сочи удалось даже сместить Санкт-Петербург со второго места на четвертое, которое он теперь делит с Крымом.

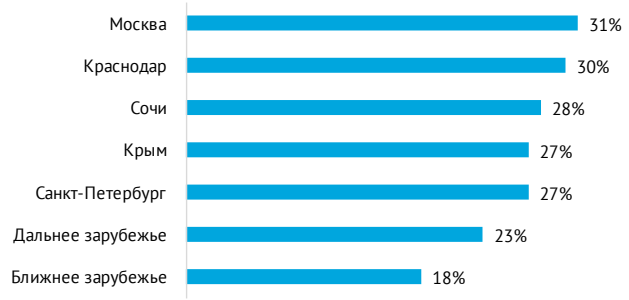
Респонденты также больше интересуются для переезда дальним зарубежьем (+18%).

Судьба на новом месте

Почти половина респондентов, переехавших в другой регион, смогли достичь своих профессиональных, карьерных и финансовых целей (на 15% больше, чем в 2019 году), однако 19% пришлось вернуться, так как они не смогли реализовать свои планы. Треть еще не могут ответить определенно, достигли ли они своих целей с помощью такого решения.

Как и прежде, лишь 14% жалеют о том, что переехали.

ТОП-7 популярных для переезда направлений



Трудовая мобильность россиян растет, и возможно, пандемия и ее влияние на ситуацию в экономике сыграли здесь не последнюю роль: по-прежнему основная причина для переезда — улучшение своего финансового положения и поиск возможностей найти достойную работу.

Состояние экологии и климат региона становятся более значимыми при выборе региона для переезда. Юг России привлекает специалистов всё больше, и Краснодар стал модным направлением для нового места жительства.

Чтобы убедить потенциально интересного специалиста на релокацию, нужно также учитывать индивидуальные особенности, например:

Судьба после переезда

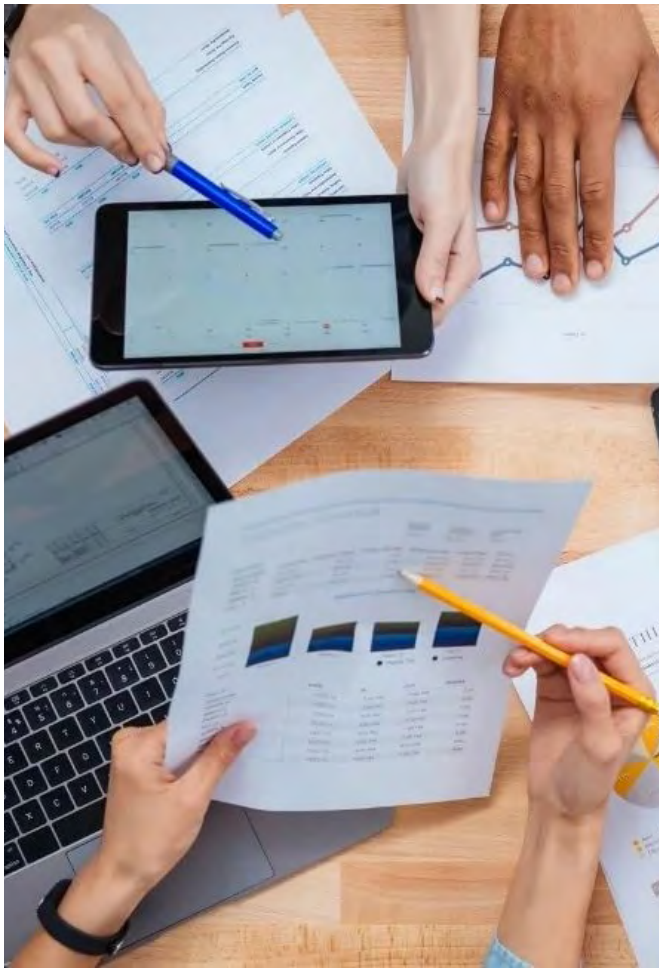
- женщин значительно более, чем мужчин, интересуют привлекательность предложения работодателя, достойный уровень жизни в регионе, его современность и развитость, хороший климат и экология. Мужчины, в целом, отмечали меньше обстоятельств для переезда, чем женщины;

- молодое поколение ищет хорошую экологию в современном регионе с развитой инфраструктурой. Старшее же поколение чаще ценит хороший климат, наличие друзей или родственников и участие региона в государственной программе.

Анастасия Меркулова

СОВРЕМЕННЫЙ РЕКРУТИНГ

Продвинутые вакансии: как привлечь кандидатов в интернете



Поиск персонала сегодня чаще всего начинается с работных сайтов. HR размещает вакансию, собирает отклики, если их недостаточно, то ведет поиск по базе резюме. Но ситуация на рынке труда такова, что традиционные методы поиска нужных специалистов не всегда приносят желаемый результат. Отмечается высокая пассивность соискателей. На закрытие позиции уходит не один месяц, а трафик кандидатов остается недостаточным. В этом случае необходимо обратиться к технологиям цифрового маркетинга для решения задач по рекрутингу.

В современных условиях HR-специалист — это HR-маркетолог, владеющий всеми инструментами продвижения вакансий: социальные сети, контекстная и таргетированная реклама, мессенджеры, боты и так далее.

Составление портрета целевой аудитории

Перед запуском продвижения вакансии в интернете необходимо составить портрет своего идеального кандидата (целевой аудитории), чтобы получить максимальный эффект в виде откликов, а не просто потратить бюджет и не добиться результата.

Портрет включает в себя:

- социально-демографические характеристики (пол, возраст, место проживания или работы),
- чем может интересоваться кандидат,
- на группы какой тематики может быть подписан в соцсетях,
- в каких соцсетях может присутствовать (ВКонтакте, Одноклассники, Facebook, Instagram и другие).

Например, ведется массовый набор операторов на производственную линию (без опыта работы).

Описываем целевую аудиторию:

- мужчины от 20 до 45 лет,
- находятся в активном поиске работы,
- половозрастные характеристики предполагают, что кандидаты должны присутствовать в социальной сети ВКонтакте и скорее всего используют Яндекс или Google для поиска работы,
- могут быть подписаны на новостные группы ВК города.

Выбор канала привлечения кандидата

Выбор канала привлечения будет во многом зависеть от должности кандидата, региона, размера города.

В крупных городах (особенно миллионниках) портрет должен быть проработан более детально и включать в себя геолокацию кандидата (в

каком районе города он должен проживать). В небольших городах можно охватить большую аудиторию, включив эффект «сарафанного радио».

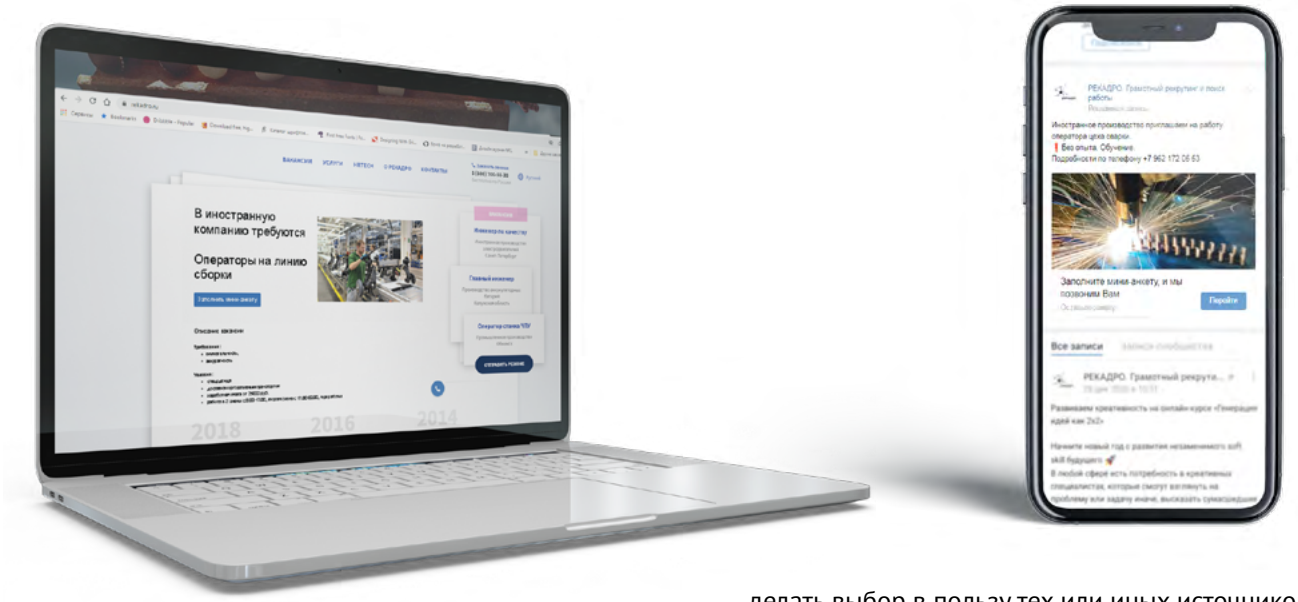
Как оценить размер потенциальной аудитории в соцсетях (ВК, Одноклассники)?

Необходимо зайти в «Поиск друзей», задать нужные характеристики кандидата (город, возраст, пол, может быть, профессия) и посмотреть, какое количество пользователей окажется в результатах поиска. Чтобы добиться эффекта от размещения в соцсетях при массовом подборе сотрудников, размер аудитории должен быть не меньше 5000. Если ведется точечный поиск, то для запуска рекламы достаточно и 100 пользователей (но лучше, если их будет хотя бы 1000).

Когда стоит запускать контекстную рекламу?

Контекстную рекламу в Яндексе и Google стоит использовать при массовом наборе сотрудников без специальных навыков, например, продавцов, операторов линии, операторов call-центра, или же на позиции, не требующие опыта работы и подходящие большому количеству пользователей интернета.

Контекстная реклама запускается по ключевым словам, которые задает пользователь в поиске (вакансии,



поиск работы и так далее) или же по его интересам (поиск работы, должность и тому подобное).

Через специальные сервисы (например, Яндекс Wordstat) можно оценить, как часто задаются те или иные запросы.

Для выбора оптимального канала привлечения необходимо проводить постоянные эксперименты и на основе анализа полученных результатов делать выбор в пользу тех или иных источников. Оценка делается по количеству полученных анкет/звонков, а также стоимости одного отклика.

Подготовка лендинга вакансии и поста для соцсетей

Для продвижения вакансии в Интернете важно иметь посадочную страницу, на которую ведется трафик кандидатов. Это может быть страница в рамках корпоративного сайта, отдельно созданная страница вакансии (лендинг) или же вакансия, размещенная на работном

сайте (но это не очень хороший вариант — кандидат очень быстро уходит на просмотр других предложений).

Что должно быть на странице?

- название компании + краткое описание деятельности (2–3 предложения),
- вакансия и её описание,
- преимущества работы в компании, задача — вакансию «продать»,
- контакты для связи,
- мини-анкета.

Для соцсетей должен быть подготовлен пост с информацией о вакансии. Необходимо сделать несколько вариантов и протестировать, какой даст лучший эффект.

Как показывает опыт «Рекадро», при продвижении вакансии в соцсетях большое количество откликов поступает в нерабочее время (вечернее или ночное), поэтому наличие мини-анкеты позволяет получить контакты соискателя, а дальше уже вести с ним работу.

Какой эффект можно получить от интернет-продвижения? Поделимся с вами своими кейсами.

Кейс 1

Задача — массовый подбор операторов линии на производственное предприятие в г. Тольятти.

Для создания входящего потока было принято решение запуска рекламной кампании в соцсети ВК.

Аудитория — мужчины и женщины от 22 до 45 лет, с невысоким уровнем дохода (уровень заработный платы на производственном предприятии невысокий), опыт работы не требовался.

Была подготовлена «посадочная» страница и посты для соцсети. На первом этапе реклама показывалась «горячей» аудитории с интересом «поиск работы» и искавшей темы, связанные с вакансиями, за последние 15 дней.

Затем расширили аудиторию:

- по участию в крупных группах города,
- по моделям телефона.

В итоге получили 256 мини-анкет за месяц рекламной кампании.

Кейс 2

Задача — поиск врача-офтальмолога в г. Калуга. Регионы поиска — Москва, Московская область, Тула, Тверь, Смоленск.

Для рекламы было выбрано 2 источника:

- контекстная реклама в сети Яндекс,
- таргетированная реклама в ВК.

В таргетированной рекламе использовались 3 аудитории:

- по указанному в профиле пользователя учебному заведению,
- по указанной в профиле должности «врач-офтальмолог»,
- по профильным группам ВК.

В контекстной рекламе использовался профиль пользователей — «врач».

Лучший результат показала реклама в ВК по профильным группам. Получено 18 целевых резюме.

Кейс 3

Швейное производство, г. Санкт-Петербург

Задача — поиск швей с опытом и без опыта работы.

Выбранные источники:

- Одноклассники,
- ВКонтакте,
- Инстаграм,
- контекстная реклама на поиске Яндекса.

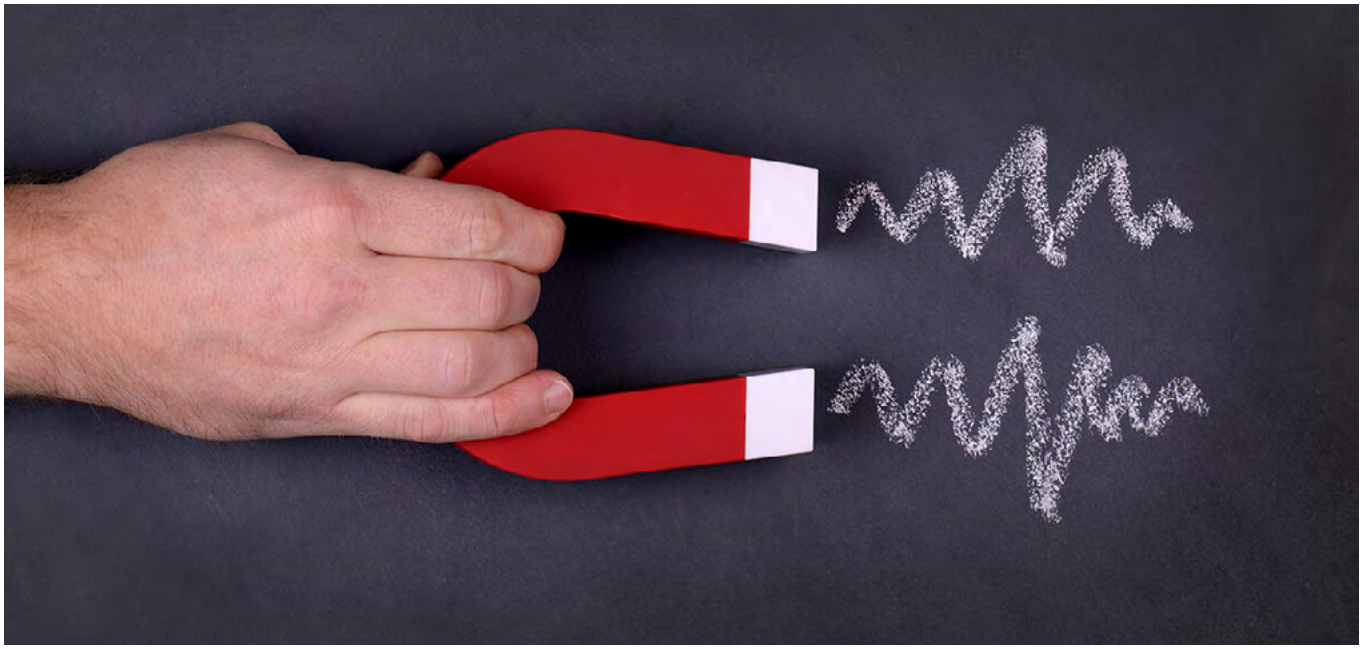
В течение срока проведения рекламной кампании в соцсетях характеристики аудитории в плане интересов менялись от поиска работы до рукоделия.

Наилучший результат показала сеть ВКонтакте, худший — Одноклассники. Хотя в Одноклассниках была очень хорошая реакция на пост — много лайков, репостов — но самих обращений было очень мало. За месяц рекламной кампании суммарно было получено более 300 анкет.

Рассчитывать только на классические методы при подборе персонала сегодня неэффективно — правильное привлечение внимания целевой аудитории в интернете поможет вам получить эксклюзивных кандидатов, заинтересованных в новой работе здесь и сейчас.

Анна Маркина

HR БРЕНД
Брендируем точки контакта



Брендированная страница работодателя — это продуктивный инструмент для первого знакомства с работодателем и получения вводной информации о сфере деятельности, локации и потребности компании.

Брендированная страница вакансии — это один из эффективнейших инструментов по привлечению соискателей на должность.

Карьерная страница: 10 советов по созданию страниц работодателя

Правила коммуникаций сегодня таковы, что когда мы говорим о продвижении продукта на рынке, мерах для повышения его продаж, грамотной настройке рекламных кампаний по продаже услуг, мы не сомневаемся в необходимости этих действий, не так ли?

Схожий подход мы можем смело применять в привлечении новых сотрудников, визуализируя вакансию на предприятии как особый продукт, который мы продаем потенциальному кандидату на должность. Для успешной презентации нам необходима площадка, и ей становится карьерная брендированная страница работодателя или брендированная страница с вакансией, иными словами, брендированный, как правило, одностраничный лендинг.

Карьерная страница поможет улучшить систему поиска и найма сотрудников благодаря четко выстроенной коммуникации с соискателем и набору инструментов для лучшей презентации вакансии.

Какие цели закрывает брендированная страница:

- **На первом месте** — это точечное позиционирование бренда работодателя. Вы аккумулируете всю информацию на одной странице, от миссии компании до содержания вакансий.
  Вы сами создаете контент и дизайн сайта, побуждая соискателя к действию, не ограничивая себя узкими рамками сторонних ресурсов;
- **Второе** — это удобно представленные данные о вакансии как элемент экономии времени на изучение и как уважение к будущему сотруднику;

- **Третье** — на собственной странице только вы решаете, когда и каким образом вы будете обновлять информацию и содержание. Вы не платите за размещение, а только генерируете поток соискателей. Вы контролируете продвижение в поиске. Вы сможете спроектировать сайт под конкретную целевую аудиторию.

Содержание брендированной страницы

Материал и содержание должно определяться на основании брендбука компании, а в идеале — на основании кадрового брендбука, наличием тех или иных информационных материалов и, безусловно, здравым смыслом. Не перегружайте страницу обилием информации.

- презентационные материалы о компании и конкретной вакантной должности;
- описание выгод, которые получит сотрудник;
- ответы на возможные возражения;
- форма обратной связи;
- видео- и фотоматериалы;
- отзывы сотрудников;
- описание карьерного роста, обучения на предприятии;
- несколько каналов связи и ссылки на другие ресурсы, посвященные компании.

Хорошо, если на лендинге будет чат/подключенный сервис обратной связи с HR-менеджером, который сможет оперативно отвечать на вопросы соискателей, либо чат-бот, если он в вашей компании максимально очеловечен.

Практика создания карьерной страницы

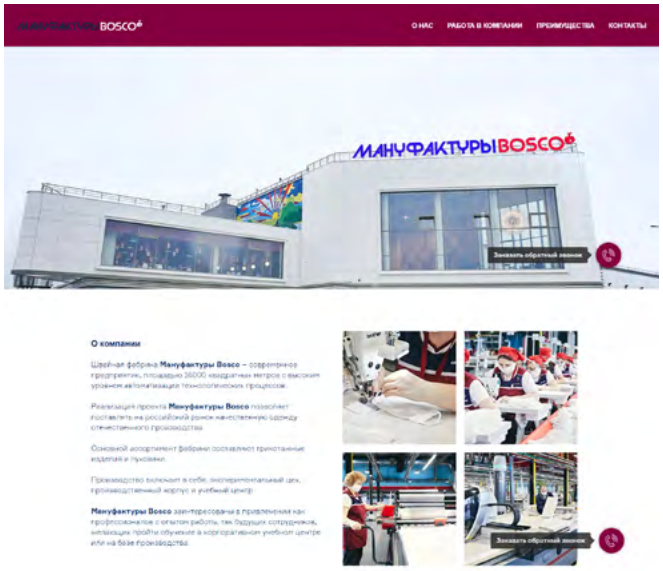
Приступив к задаче организации рекламной кампании по подбору швей для предприятия Мануфактуры BOSCO, Калужская область, мы решили воспользоваться конструктором сайтов Tilda, чтобы иметь быстрый доступ к функционалу и характеристикам страницы. Был создан лендинг с возможностью звонка и заполнения краткой формы резюме, проведена рекламная кампания в социальных сетях, запущена контекстная реклама в Яндексе и Гугле.

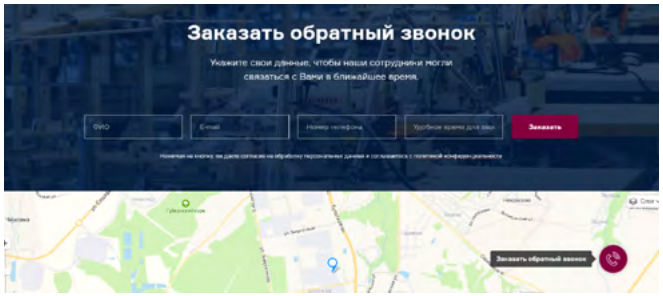
В феврале 2021 года 189 человек сделали целевые действия на странице, то есть заполнили мини-резюме и запросили обратный звонок. Например, в ходе рекламной кампании мы получили 47 113 показов в поисковой выдаче Яндекса/Гугла и количество переходов с данного канала составило 778. Наиболее конверсионной площадкой оказалась социальная сеть ВКонтакте, а также Рекламная сеть Яндекса — с этих каналов поступило основное количество целевых действий.

Показатели воронки рекрутинга: 68 137 показов, около 2500 переходов на страницу, 304 заполненных анкеты, 95 собеседований, 21 человек принято на работу. Стоимость привлечения одного сотрудника — 5 400 рублей.

Брендированная страница работодателя в нашем примере выполнена в корпоративных цветах фирмы: https://flycomm.ru/boscomanufacturing

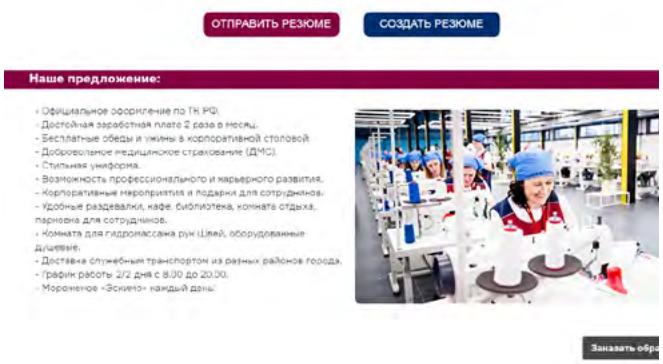
Лендинг имеет четкую структуру, краткие информативные тексты.





Форма с контактными данными должна быть предельно подробной.

Самое необходимое для принятия решения потенциальным кандидатом на должность: описание компании, описание вакансии, выгоды, форма для связи. И, конечно, фото сотрудников!



Наши 10 принципов работающей карьерной страницы:

1. Изучите потребности соискателя и в процессе подготовки ответьте на его внутренние вопросы. Задача любого лендинга — побудить человека оставить свои контактные данные, а для этого его нужно заинтересовать. Привлеките соискателя понятной подачей, явными преимуществами работы, подробным разделом ЧаВо. Вы должны четко представлять, что вы предлагаете, кому и зачем, и дать пользователю всю необходимую ему информацию.

2. Оригинальная подача. Работу в компании можно описать по-разному. Простой для восприятия, эмоциональный текст способен легче и быстрее донести суть предлагаемой работы, яркие качественные фото — проиллюстрировать ее. Следите за тем, чтобы карьерная страница соответствовала образу и айдентике компании в целом, это важно! И еще помните: человек хорошо запоминает 80% из того, что видит, и только 20% из того, что читает.

3. Упростите способ связи. Форма для связи на лендинге должна быть очень простой. Анкета пусть содержит минимум вопросов. Кнопка «заявка» пусть требует для заполнения только телефон/e-mail и имя, чтобы оператор мог обратиться к соискателю.

4. Оставьте несколько способов связи с вами. В то же время нужно понимать, что не все любят оставлять свои контакты, с этим нужно просто смириться. И дать возможность потенциальному работнику самому связаться с вами по любому из удобных для него каналов: телефон, электронная почта, соцсети. Кстати, в социальных сетях соискатель сможет посмотреть активность страниц компании и узнать вас лучше.

5. Живое фото лучше абстрактной картинки. Главное, чтобы это было уникальное фото с производства, из цеха, с рабочего места менеджера, фото руководителя направления, куда может попасть потенциальный соискатель. Также хорош видеоконтент: прогулка по территории фабрики, по общественным местам предприятия, видеоролик с прошлого курса по повышению квалификации для сотрудников.

6. Позаботьтесь об адаптивности сайта. Оптимизируйте верстку сайта для планшетов и телефонов. Ресурс с предложением вакантной должности должен выглядеть на все 100% на любом устройстве, которое есть у пользователя.

7. Цифры действительно привлекают, используйте их. 3 признака отличной вакансии. 5 возможностей работы у нас. 7 преимуществ нашей компании. Пожалуйста, прочитайте заголовок этой рубрики.

8. Разговаривайте с пользователем, это располагает к себе. Задавайте вопросы в тексте, предлагайте

отправить заявку, оставить номер телефона, подписаться на рассылку. Предложите пройти шутливый квиз-тест, попросите поучаствовать в опросе.

9. Предусмотрите возможность сохранения пришедших резюме, мини-резюме в CRM-систему. Это поможет в перспективе работать с потоком соискателей, собирать базу и своевременно обрабатывать обращения.

10. Маркетинг брендированной страницы. Обратитесь за помощью к онлайн-маркетологам для поисковой оптимизации. Это работа поможет вам вывести свой лендинг на достойные позиции в поисковых системах, а также анализировать ценную информацию о ваших посетителях: социально-демографические характеристики, локацию, интерес к различным разделам, время, проведенное на странице.

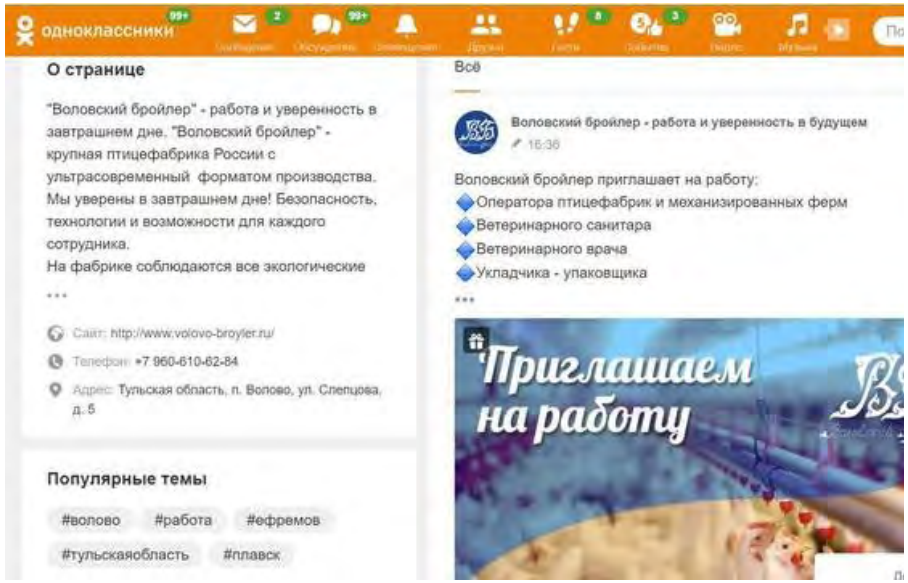
Карьерная группа в социальных сетях

Рассмотрим второй кейс: в 2019 году мы взяли интересную задачу от крупной компании в Тульской области, которая включала работу с имиджем. Клиент пожелал в краткие сроки создать площадку в популярной среди своих работников социальной сети и сориентировать ее на положительный образ компании как работодателя.

Создание и ведение корпоративной группы

Мы проанализировали географию нынешних и будущих сотрудников, оценили позиционирование бренда работодателя в регионе продвижения и определили основные направления работы. Это необходимые шаги, которые нужно выполнить перед созданием корпоративной площадки.

По итогам анализа предложили компании ООО «Воловский бройлер» создать группу в сети «Одноклассники» для внешней целевой аудитории. Название



группы выбрали после анализа поисковых запросов. Обложку группы и аватар оформили в соответствии с концепцией формирования HR-бренда, наполнили раздел «Фото» яркими актуальными визуалами.

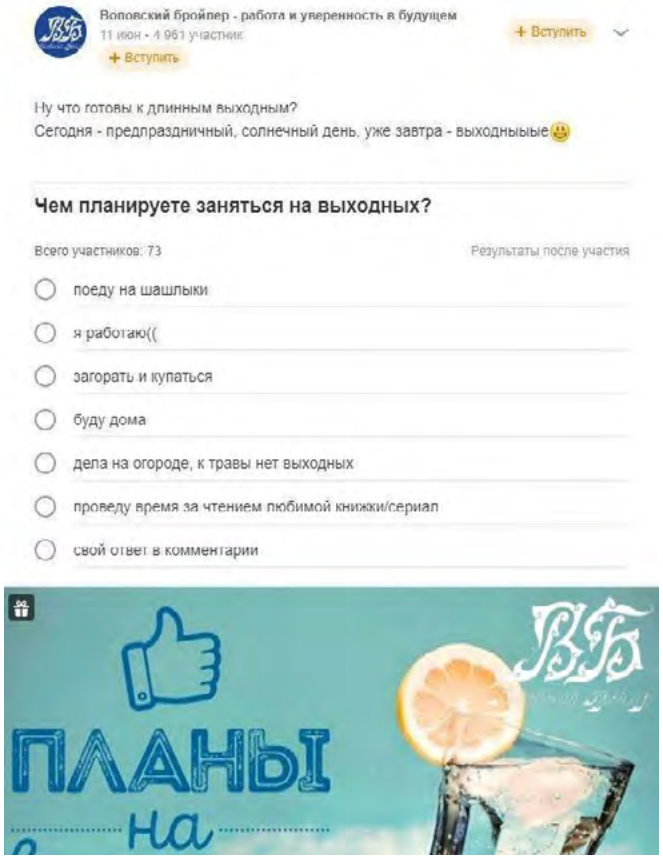
Информативные тексты для всех разделов также были оптимизированы под поисковые запросы. После этого мы разработали контент-план и приступили к наполнению площадки интересными, полезными постами, транслирующими образ стабильного и надежного работодателя в регионе.

Контент-план включал разбивку по тематике, формату информации и периодичности размещения постов. Особое внимание мы уделили уникальному контенту и его подаче, который, в конечном счете, стимулирует на целевые действия — вступление в группу, подписку на уведомления, комментирование, лайки и репосты, а также привлекает новых участников. Постоянный контроль популярности постов позволяет корректировать контент-план.

Результаты

Мы добились того, что основная масса сотрудников предприятия вступила в группу, подписчики оставляют комментарии, делают репосты и активно лайкают публикации.

Также мы настроили строгую отчетность по результатам продвижения, которая помогает анализировать охват, прирост уникальных посетителей и активность. За первые три месяца ведения группы команде удалось создать массу интересных постов с вовлечением сотрудников предприятия в обсуждение тем, участие в конкурсах.



KPI группы к августу 2019 года достиг плана в 1500 участников. До сих пор ежемесячный прирост составляет около 200-250 человек. Вовлеченность на уровне 0,20, что подтверждает интерес участников сообщества к контенту группы.

А вы как думаете, какую пользу приносит компании ведение корпоративной группы? Если у вас есть примеры подобных успешных кейсов, пишите в редакцию, вместе обсудим!

Наталья Зуева

ГОВОРЯЩИЕ ЦИФРЫ

Забота об экологии на деле и на словах

На сегодняшний день экологические проблемы стали частью глобальных вызовов современности. Насколько серьезно к вопросам экологии относятся в России, развивается ли культура экологической ответственности и какие действия готовы предпринимать жители для улучшения экологии нашей страны?

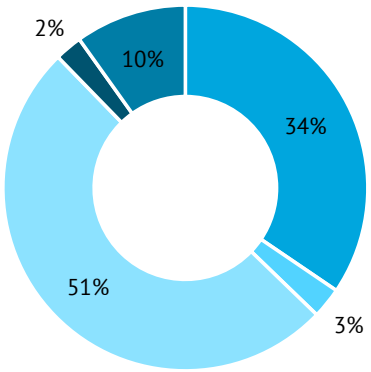
Признание проблемы

Большинство россиян, как и год назад, обеспокоены проблемой мировой экологии:

- Каждый второй жителей России уверен, что проблема экологии существуют и информация, транслируемая средствами массовой информации, в целом верна;
- Каждый третий считает, что мы находимся на пороге экологической катастрофы.

Наиболее серьезными глобальными экологическими проблемами, по мнению участников проведенного нами опроса, являются загрязнение воздуха и мирового океана. Следующей немаловажной проблемой остается уменьшение количества лесных насаждений. Около 42% респондентов считают серьезной проблемой глобальное потепление и истощение природных ресурсов. На 10% меньше граждан по отношению к 2020 году выделяют глобальное потепление в список серьезных экологических проблем — возможно, на это мнение повлияла суровая зима 2021 года.

Оценка проблемы мировой экологии

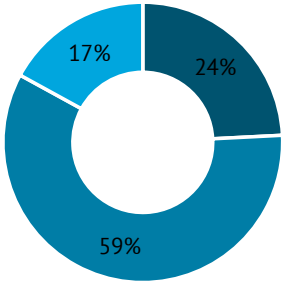


- Всё хуже, чем кажется, мы на пороге экологической катастрофы
- Не знаю ничего об этой проблеме, не могу оценить
- Проблема действительно существует, транслируемая информация в целом верна
- Проблема надумана, в целом с экологией всё в порядке

Жизнь в регионах

Экологическая обстановка в регионе проживания респондентов продолжает ухудшать-

Оценка экологической обстановки в регионе проживания



Хорошая Плохая Затрудняюсь ответить

ся, на 2% больше людей оценивают ситуацию как плохую, 24% считают её хорошей (-3%).

Жители Красноярского края, Липецкой и Оренбургской областей оценивают экологию в своих регионах хуже, чем жители других субъектов РФ.

Однако мнение жителей не совпадает с национальным экологическим рейтингом: по его данным, пятерку самых загрязненных регионов составляют Иркутская область (22 место, по мнению респондентов), Омская область (6 место), Челябинская область (11 место), Красноярский край (1 место), Свердловская область (10 место).

Еврейскую автономную и Тамбовскую области выделяют как регион с хорошей экологией 80% ее жителей. На третьем месте по позитивности оценки экологической ситуации — Курская область: ее жители в 60% случаев охарактеризовали ситуацию в своем регионе как хорошую.

Основные экологические проблемы, по мнению опрошенных жителей регионов, остались теми же:

- в первую очередь, это загрязнение воздуха и водоемов;
- отсутствие утилизации и переработки мусора остается важной проблемой для 53% граждан;
- плохое качество водопроводной воды также является значимой проблемой для определенных регионов.

Экологическая ответственность жителей России

Возникновение экологических проблем в России, как и в других странах, связано с интенсивным влиянием человека на природу, которое приобрело опасный и агрессивный характер. Какие действия по защите окружающей среды совершают сами люди?

76% респондентов изъявляют желание защищать окружающую среду, однако жители России стали более пассивны за последний год: популярность и количество мероприятий по защите окружающей среды в арсенале россиян снизилось.

Большинство экономят электроэнергию и прибегают к использованию энергосберегающих ламп и техники, хотя и чуть реже (-9% к предыдущему году). Стараются экономить воду на 4% меньше респондентов.

Треть граждан сортируют мусор (-3%). Четверть — уменьшают или полностью отказываются от использования личного транспорта, сажают деревья и сдают экологически вредные отходы в соответствующие пункты.

Менее 10% жителей участвуют в экологических акциях, переходят на чистую альтернативу бытовой химии и отдают предпочтение товарам, сделанным из вторсырья.

Ничего не предпринимают 11% граждан (на 3% больше, чем в 2020 году).

Оценка экологической ответственности в разрезе возраста респондентов подтверждает, что представители молодого поколения (в возрасте до 30 лет) активнее интересуются экологическими вопросами, готовы участвовать в защите окружающей среды и чаще принимают участие и организуют

Топ-10 действий для защиты окружающей среды

различные мероприятия. Актуален также тренд обратной зависимости целенаправленного внимания к данной теме и возраста респондентов.

Что же мешает экологичному образу жизни?

- Отсутствие необходимой инфраструктуры, такой как пункты приема вредных отходов, контейнеры для раздельного сбора мусора и приема использованных батареек, отметили 46%;
- Острее встает вопрос о необходимости информирования о способах и действиях, помогающих поддерживать окружающую среду;
- На нехватку же времени респонденты стали ссылаться реже.

Пандемия во благо экологии

Пока страны одна за другой продлевают всеобщий карантин, а состояние тревожности усиливается, пандемия коронавируса начала оказывать положительное влияние на экологию. Согласны ли с этим жители России? 53% опрошенных жителей уверены, что условия пандемии положительно повлияли на состояние окружающей среды. Однако 28% респондентов считают последствия для экологии скорее негативными.

Ввод масочного режима, постоянная сдача анализов и упор на использование одноразовой продукции привели, по мнению населения, к проблеме роста объемов неперерабатываемого мусора.

Оценка влияния пандемии на экологию

При этом респонденты видят положительный эффект — сокращение углеродных выбросов, уменьшение загрязнения воздуха, очищение водоемов и возвращение животных, а также снижение энергопотребления ввиду дистанционного формата работы жителей России.

Зоны развития

Несмотря на транслируемую готовность заботиться об экологии, жители России скорее пассивны в этом вопросе. Для усиления экологической ответственности люди ждут усиленной поддержки экологических инициатив, развитой инфраструктуры и пропаганды. Драйверами нового экологичного образа жизни могут стать россияне поколения Z, для которых эта тема занимает более высокое место в списке приоритетов.

Евгения Максимова

ПРАКТИЧЕСКИЕ СОВЕТЫ

7 идей для вовлеченности сотрудников на встречах онлайн

Работа в дистанционном формате поставила перед предприятиями новые вызовы, и один из них — сохранить вовлеченность сотрудников во время онлайн-встреч. Наиболее сложным при этом является увлечь и удержать внимание персонала во время длительных общих собраний информационного характера — например, годовых митингов, в которых участвует весь коллектив и преподносится много материала. Рядовой сотрудник, для которого обилие цифр и фактов не является жизненно важным с точки зрения анализа и планирования собственной деятельности, на таких встречах и в оффлайн часто скучает, что уж говорить о видеоконференциях…

Однако повысить вовлеченность и интерес сотрудников во время таких мероприятий все-таки можно. Работая уже не первый год с распределенной командой, я регулярно провожу встречи в формате видеоконференций и наработала свои принципы построения таких мероприятий.

В начале года мы традиционно подводим итоги и рассказываем сотрудникам о планах. Обычно это большая встреча, на которую приезжают наши работники из всех регионов — мы празднуем начало года, делимся впечатлениями и ожиданиями, руководители направлений представляют результаты и задачи. В этот раз по понятным причинам наша встреча впервые проходила онлайн, и перед нами встала сложная задача организовать донесение этой информации в большом объеме до сотрудников так, чтобы у всех сложилась единая картина мира «Рекадро», ну и конечно, нам было важно зарядить всех на работу в 2021 году. Судя по отзывам коллектива, нам это удалось. Поделюсь некоторыми лайфхаками по организации подобных собраний в дистанционном формате:

1. Краткость

Растянуть такую встречу на весь день — значит, точно потерять внимание сотрудников, в таком формате необходимо максимально сжать время. В нашем случае речь шла о четырех часах, в ходе которых должны были пройти 15 (!) выступлений от разных направлений работы компании.

Само собой, длительность выступлений каждого спикера должна быть максимально краткой, иначе удержать внимание сотрудников будет очень сложно. Мы ограничили каждый доклад десятью, а то и пятью минутами. Выступающим пришлось учиться выделять главное и развивать свои навыки презентации.

2. Динамика

Помимо частой смены выступающих и коротких докладов, сохранению динамики и удержанию интереса аудитории помогает и смена ведущих. У нас их было трое — модераторы регулярно сменялись или дополняли друг друга, выступая одновременно.

Кроме того, каждое выступление мы чередовали интерактивными вставками, «разогревая» аудиторию, и о них я расскажу немного подробнее.

3. Опросы и голосования

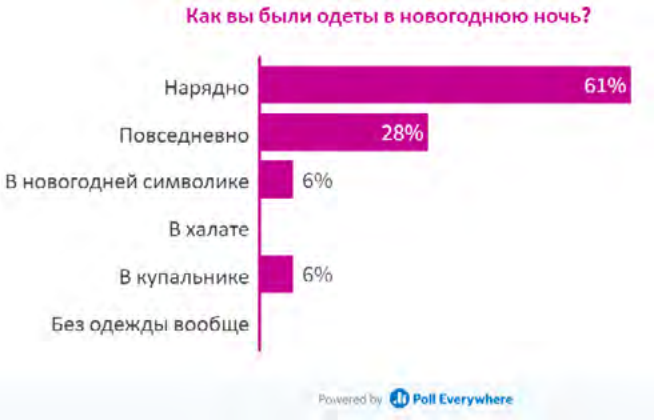
Чтобы вовлечь коллег в обсуждение, не прибегая к длительным дискуссиям, мы встраиваем опросы и голосования непосредственно в выступление — различные сервисы сегодня предлагают сделать процесс простым и наглядным, демонстрируя результаты в прямом эфире, и это гораздо более оперативно, чем обсуждения или ответы в чате конференции. У сотрудников можно узнавать мнение по темам, раскрываемым спикерами, или по ключевым моментам встречи, выявлять интересные для дальнейшего обсуждения топики, определять, насколько сотрудники поняли выступающего и был ли им интересен доклад. Или просто создать настроение шуткой.

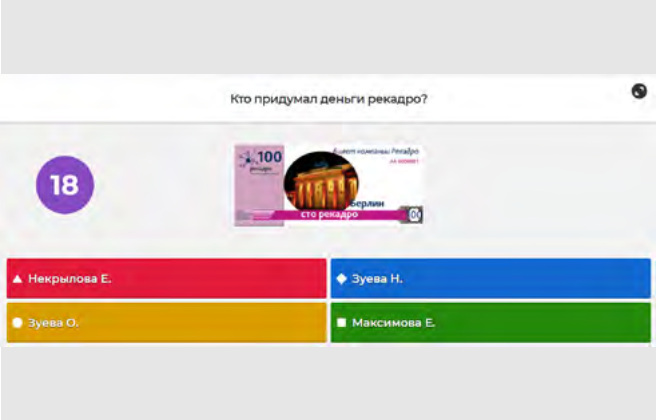
Для проведения опросов мы используем сервис Poll Everywhere, где можно создать вопросы разного типа, настроить удобную визуализацию и сотрудники могут делиться мнением в том числе с помощью текстовых сообщений. Опрос можно вставить непосредственно в презентацию Power Point и на слайде будут автоматически обновляться результаты. Сотрудники голосуют по ссылке, пользуясь смартфоном или компьютером. Дополнительно можно настроить степень анонимности ответов. К сожалению, сервис не русифицирован, хотя и не требует глубоких знаний английского языка.

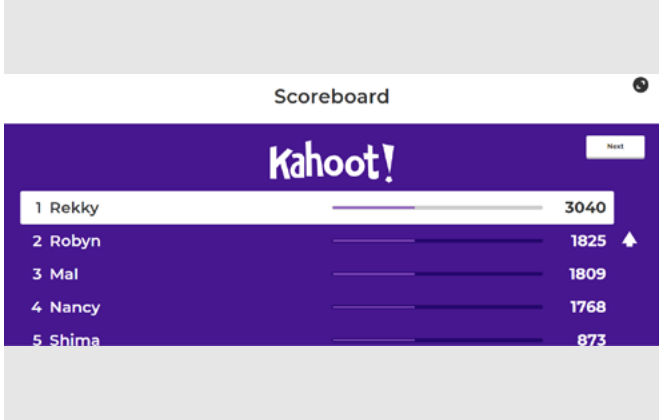
4. Викторины

Для удержания внимания сотрудников можно задействовать викторины, сформированные на основе данных из выступлений. Провести викторину в конце встречи в автоматизированном формате не займет много времени, при этом вы наглядно увидите степень усвоения материал, а заодно и мотивируете сотрудников на его запоминание.

При проведении онлайн-викторин мы пользуемся сервисом Kahoot, где можно сделать выбор одного правильного варианта из четырех предложенных и по ходу викторины отлеживать количество правильных ответов на каждый вопрос и лидерство участников. Участники







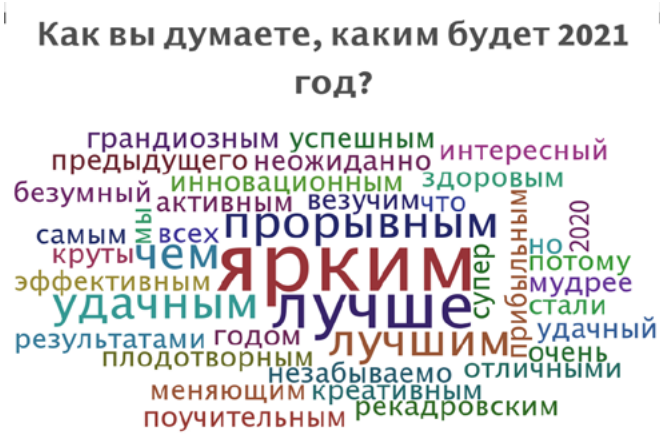
приглашаются в игру по ссылке и отвечают на вопросы на скорость через смартфон или компьютер. Этот сервис также англоязычный.

5. Командная работа

Работа в команде помогает почувствовать причастность, объединить коллектив, создать дружескую атмосферу — в удаленном режиме этого особенно не хватает. В рамках нашего собрания мы предложили сотрудникам объединиться в небольшие команды и подготовить мини-презентации из фотографий о самых важных событиях в жизни (как профессиональной, так и личной) участников группы. Так коллеги могли лучше узнать друг друга и зарядиться позитивом от того, что разделили друг с другом свои эмоции.

6. Разминка

В ходе длительного собрания обязательно нужно менять вид деятельности — в том числе интеллектуальную деятельность чередовать с физической. Так, мы практикуем зарядку в ходе мероприятия, где ведущий демонстрирует простые упражнения для разминки после долгого сидения на одном месте, а коллеги их повторяют. При включенных видео можно обменяться своими вариантами разминки или просто вместе посмеяться над нестандартными движениями.



7. Задания на внимательность

Для привлечения внимания к собственно слайдам я успешно использую прием «Собери фразу» — в начале собрания сотрудники узнают, что на некоторых слайдах будут располагаться слова, из которых в конце встречи нужно будет собрать одну фразу — первому сотруднику, кто успешно справится с этим заданием, полагается приз. Чтобы найти слова, нужно внимательно смотреть на каждый слайд и искать слово, которое явно в него не вписывается. Уже по ходу встречи коллеги начинают предлагать варианты, пытаясь угадать фразу, и спорят по поводу конкретных слов на слайдах. Фразы можно выбирать как значимые для конкретного мероприятия или периода, так и шуточные. Например, «если вы хотите быть более удачливыми, делайте больше попыток».

В целом, можно сказать, что для успешной онлайн-конференции нужен диалог, и в случае большого количества участников современные сервисы становятся для нас хорошими помощниками. Важно также использовать разные сценарии встреч, встраивая новые активности и сохраняя элемент неожиданности для сотрудников. Тогда сотрудники запомнят нужную информацию, получат позитивный эмоциональный заряд и не будут считать, что зря потратили время.

Екатерина Елендо

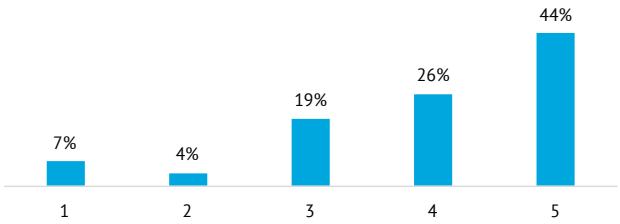
МНЕНИЕ БОЛЬШИНСТВА
Прощай, удаленка!

Ситуация с распространением коронавируса продолжает улучшаться и компании начинают возвращаться к работе в офисе. Как и когда изменится организация работы и готовы ли к ней работники — темы, которые мы затронули в интервью с работодателями и специалистами.

Привычный формат

В 2020 году большинство компаний были вынуждены переводить работников на «удаленку» в связи со всемирной пандемией коронавируса, при этом 77% из них ограничились переводом лишь части персонала.

Оценка уровня комфорта работы в дистанционном формате



Как показывает опрос, сотрудники адаптировались к новому формату: большинство персонала оценивает уровень комфорта работы в дистанционном формате на 4 балла в среднем по пятибалльной шкале. Лишь 7% чувствуют себя некомфортно, работая в домашних условиях.

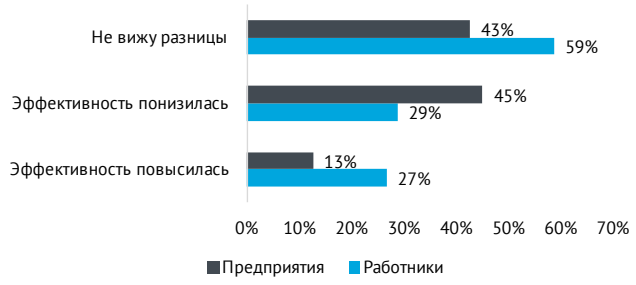
Можно отметить, что женщинам комфортнее работать в удаленном формате, чем мужчинам, а недовольство работой из дома чаще появляется у более старшего поколения.

Стоит ли игра свеч?

Дистанционная работа позволяет снизить постоянные затраты на организацию работы офиса, хотя и требует значительных разовых вложений. В 2020 году многие руководители, впервые управляя процессами дистанцированно, столкнулись с проблемой качества взаимодействия и производительности труда. Новый формат потребовал значительной прокачки ряда компетенций, которыми сотрудники далеко не всегда обладают и способны освоить. Как оценивается эффективность труда хоум офис спустя год?

Мнения работодателей и работников в этом вопросе сильно различаются. Сотрудники в два

Оценка эффективности работы сотрудников в дистанционном формате



раза чаще, чем предприятия, склонны считать, что эффективность их работы повысилась. В свою очередь, предприятия скорее отмечают снижение эффективности работы персонала при переводе их на дистанционный формат работы.

Снижение эффективности своей работы в домашних условиях чаще отмечают государственные служащие, а рост эффективности — начинающие специалисты. Руководители высшего звена, как правило, не видят особой разницы межу форматами.

Преимущества и недостатки дистанционной работы

Работники ценят удаленную работу прежде всего за возможность экономии времени на дорогу, а

Недостатки удаленной работы для сотрудников

также затрат на проезд и питание. Тройку преимуществ замыкают отсутствие строгого дресс-кода и самостоятельное планирование рабочего дня.

Молодому поколению важнее сэкономить время, не придерживаться строгого дресс-кода и самостоятельно планировать рабочий день. Для работников в возрасте от 50 лет основные преимущества удаленной работы — возможность сократить расходы и концентрироваться на работе.

Малоподвижный образ жизни — основной недостаток работы в дистанционном формате. Среди минусов такого режима сотрудники выделяют также сложность концентрации и невозможность решать часть вопросов удаленно.

Не хватает общения с коллегами лишь одной пятой респондентов.

12% опрошенных отмечают отсутствие недостатков удаленной работы.

Организация работыв будущем

Пока компании не спешат возвращать сотрудников в офис — уже сделали это 39% опрошенных предприятий, 48% планируют выход в период от месяца до полугода.

Большинство компаний планируют придерживаться гибкого формата работы: как правило, преимущественно в офисе с возможностью иногда работать удаленно. Дистанционную форму работы с редкими посещениями офиса предлагают 20% участников опроса — это отрасли ИТ, системной интеграции, телекоммуникации и связи. В основном, предприятия готовы оставить в частично или полностью удаленном формате работы лишь до 30% персонала.

Перед работодателем стоит ряд задач при переводе дистанционных сотрудников обратно в офис: в первую очередь, необходимость соблюдения мер предосторожности и обустройство рабочего пространства в связи с распространением коронавирусной

Организация работы предприятий в ближайшем будущем

Сложности при возврате сотрудников в офис

Отношение работников к возвращению в привычный формат работы

инфекции; каждая четвертая компания сталкивается с недовольством персонала при возвращении сотрудников в прежний режим. Почти пятая часть респондентов отмечает рост затрат на содержание офиса.

А что же работники?

Ждут с нетерпением возвращения в привычный формат работы лишь 19% специалистов. При этом 16% предпочитают и дальше работать в удаленном формате, и в случае необходимости выхода на территорию работодателя будут искать новую работу. Треть сотрудников в целом готовы к выходу с удаленки и столько же респондентов еще не определились.

Мужчины чуть более лояльно относятся к выходу с дистанционного формата работы, женщины же чаще настроены на поиск новой удаленной работы при необходимости выхода на территорию работодателя на текущем месте.

Дистанционный формат работы при его гибкости, экономичности, расширении возможностей при формировании команды оставляет много нерешенных вопросов с точки зрения управляемости и производительности труда: за прошедший год лишь немногие предприятия научились работать эффективно в этом режиме, а это значит, что всеобщий переход на постоянный хоум офис России пока не грозит. Многие сотрудники при этом ценят возможность работать из дома и сохранение гибкого подхода в виде сочетания офисной и дистанционной работы может стать преимуществом при выборе работодателя.

Евгения Максимова

ЛИЧНАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ
8 шагов для идей нового уровня

Вне зависимости от того, кем вы работаете, креативность и нестандартные подходы к решению задач позволят вам выйти на новый уровень. Новые идеи помогают создавать для клиентов новые продукты и решения, продвигать и продавать их, а также решать любые нестандартные вопросы. Кроме того, с помощью креативных методик вы сможете найти решение и жизненных ситуаций.

Для развития креативности можно выполнять несколько несложных действий:

1. **Получайте новые впечатления.** Новые впечатления — это топливо для креатива. Выходя из привычного окружения и взгляда на жизнь, вы получаете новые мысли и идеи. Новые впечатления можно получать из путешествий, нового вида деятельности, знакомств с другими людьми, необычными для вас занятиями.

2. **Меняйте точку зрения.** Для того, чтобы выйти за рамки собственного мышления, необходимо изменить точку зрения. Попробуйте на одни и те же вещи смотреть под разными углами. Например, подумайте, как двор вашего дома видите вы? А ребенок? А собака? А таксист, который проезжает мимо? В чем отличие таких взглядов?

3. **Пишите.** Фиксируйте все идеи и мысли на бумагу. Если идеи не приходят, то выполните упражнение: напишите не менее 20 идей на заданную тему, например, как увеличить продажи вдвое. Сначала будет легко, а ближе к 15-20 идее станет сложнее, но эти идеи самые нестандартные и интересные. Также вы можете просто взять лист бумаги и ручку и просто писать на заданную тему, все что вы думаете 5-10 минут без остановки. После проанализируйте текст.

4. **Найдите поток.** Вы помните состояние радости и вдохновения, когда хочется творить, создавать, что-то изменять? Это состояние потока. Для активизации каждому необходимо что-то свое: выпить чашку кофе, кому-то выспаться, а кому-то посидеть в темноте. Кроме этого, потребуется покой и сосредоточенность.

Состояние потока можно охарактеризовать такими признаками:

- полная концентрация и сосредоточенность;
- ясные и четкие цели, вы должны понимать, что именно вы хотите сделать и что получить в результате;
- задачи с вызовом, задача должна быть чуть выше вашего уровня навыков;

- быстрая обратная связь, вы должны сразу увидеть результаты своей деятельности;
- ощущение полного контроля над происходящим;
- теряется контроль времени, часы пролетают на одном дыхании;
- освобождение мыслей от повседневных тревог и забот.

Найдите свое состояние, в котором вы эффективны в идеях и вам хочется творить.

5. **Фантазируйте.** Главное правило креативности — это фантазия и воображение, без нее сложно будет придумать что-то новое. Для развития этого навыка попробуйте простое упражнение: придумайте максимальное количество способов применения любого предмета, который увидите, например, как еще может использоваться ручка? Подставка для телефона, заколка для волос, закладка в книгу, указка, опора для растения, один из элементов мозаики, тренажер для пальцев, в качестве шины для фиксации, а еще?

6. **Комбинируйте.** Простые и неочевидные идеи приходят при комбинации нескольких предметов или свойств и предмета. Математика + игра = изучение математики в игровой форме, в виде игры. Лучезарный + светильник = необычный светильник в виде кристалла, продажа + театр + красный = продажа продукции через социальные сети в виде серии постов, в которых разыгрывается ситуация использования продукта на Марсе.

7. **Поменяйте порядок действий.** Еще один способ поиска новых идей — изменить привычный порядок действий. Попробуйте изменить свой день или изменить привычный для вас процесс. Например, для похода в кинотеатр вы смотрите афишу на сайте, выбираете фильм, читаете отзывы, покупаете билеты, приходите в кинотеатр, смотрите фильм. Попробуйте изменить порядок действий: приходите в кинотеатр, покупаете билет на фильм, который идет сейчас, смотрите его, затем смотрите афишу, а что еще вы могли бы посмотреть, читаете отзывы. Или попробуйте прочитать книгу начиная с конца, глава за главой перемещайтесь в начало. Или при выполнении рабочего процесса попробуйте изменить последовательность

того, что вы делаете, если это не приведет к серьезным последствиям. Вы достигните поставленной задачи? Станет ли сложнее? Какие идеи вы можете придумать исходя из этого опыта?

8. **Освойте метод генерации идей.** Попробуйте изучить и попробовать в действии новый метод генерации идей. Мы все знаем и применяем метод мозгового штурма, он достаточно прост, но и дает очень простые идеи. А если использовать метод «Инверсия», то можно получить гораздо больше нестандартных решений и идей, а с методом «5 Почему» найти истинную проблему, о которую вы могли и не заметить ранее. Новый метод может принести намного больше интересных и нестандартных решений.

Для развития креативности важно не стоять на месте. Это не значит, что нужно никогда не останавливаться — напротив, рефлексия, расслабление очень полезны; важно менять подходы и регулярно пробовать новое, чтобы мозг получал пищу для творчества.

Дмитрий Яровой

рекадро™
Экспертные кадровые решения

Онлайн-курс
Генерация идей как 2x2

- организация и **проведение мероприятий по генерации идей** среди знакомых и незнакомых людей и даже в одиночку
- правильное проведение **мозговых штурмов**
- **15 методов** генерации идей
- советы и лучшие **практики по работе с идеями**

Купить доступ за 1990 рублей

ПОСТРОЕНИЕ КАРЬЕРЫ
Компетенции для дистанционной работы

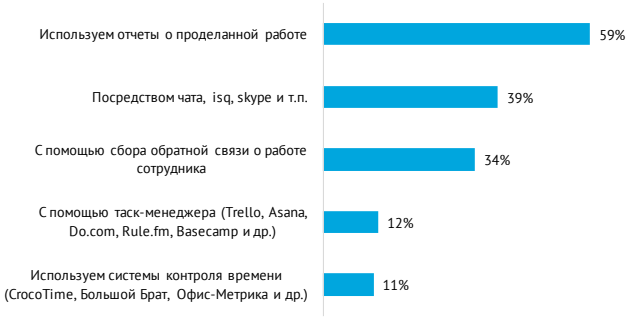
При переводе персонала в дистанционный формат работы предприятия столкнулись не только с техническими, организационными и коммуникационными вызовами, но и с низкой производительностью работы некоторых опытных сотрудников. 54% опрошенных нами работодателей считают, что для эффективной удаленной работы персонал должен обладать особыми компетенциями.

Организационные аспекты

60% опрошенных предприятий изменили график при переводе сотрудников в дистанционный формат: у большинства компаний он стал более гибким, а у 14% сотрудник может сам выбирать время, когда ему работать.

При переводе персонала на работу в удаленном формате многие работодатели задумались о контроле над деятельностью сотрудников. Респонденты поделились своими способами эффективного взаимодействия: большинство использует привычные отчеты о проделанной работе; 39% получают информацию посредством корпоративного чата, а 34% собирают обратную связь о работе сотрудников от коллектива или клиентов. Часть предприятий используют для этой цели таск-программы, системы контроля времени и ежедневные митинги. 8% изменили структуру оплаты труда с учетом KPI.

Топ-5 методов контроля работы дистанционного сотрудника



Идеальный дистанционный сотрудник

С учетом таких изменений в организации работы от сотрудника ожидаются другие навыки и способности.

Ключевыми компетенциями эффективного удаленного работника HR называют: умение организовать работу (79%) и распределять время (79%), ответственность (73%), самомотивацию (70%) и умение планировать (66%).

Среди важных компетенций отмечены также умение коммуницировать в цифровом пространстве, технические навыки и высокая исполнительность.

Треть работодателей выделила такие качества, как адаптивность, обучаемость, эмоци-

Топ-10 личных качеств и навыков, необходимых сотруднику для дистанционной работы

ональная стабильность, готовность к переработкам, способность работать в команде.

В меньшей степени важны для дистанционного сотрудника лидерские качества, творческие способности и навыки наставничества.

Оценка и развитие компетенций дистанционных работников

Многие сотрудники, перейдя в режим работы хоум офис, столкнулись с тем, что нужных для организации своей работы знаний и навыков им не хватает. Оценивают ли предприятия степень развития нужных компетенций у специалистов, работающих дистанционно? 53% HR-специалистов дали отрицательный ответ. Среди популярных методов оценки участники опроса выделяют психологическое тестирование и ситуационное интервью (case-интервью). Каждая пятая компания использует метод STAR, проективное интервью и метод 360°.

Актуальность развития персонала, а тем более удаленных сотрудников, продолжает расти, и сегодня подавляющее большинство работодателей занимается повышением компетенций, активно используя онлайн-обучение или методы самообучения. 37% организуют покупку обучающих курсов для персонала. Треть компаний используют для развития навыков конференции и семинары.

С учетом развития гибких форм занятости и гибридных форматов работы ключевые компетенции дистанционных работников будут востребованы и дальше. Повышая самостоятельность и проактивный подход, вкладывая ресурсы в собственное развитие, специалист может получить значимые конкурентные преимущества при развитии своей карьеры.

Евгения Максимова

Методы оценки уровня компетенций у дистанционных сотрудников

Методы повышения компетенции удаленных сотрудников

НА ЗАМЕТКУ
Эффективный поиск: работа в сети

Поиск в интернете самых простых, на первый взгляд, вещей может сопровождаться непредвиденными сложностями. Вроде бы запрос введён правильно, но необходимый результат не выводится в поисковой выдаче. У многих после длительного просмотра выданных страниц опускаются руки, и уже не остаётся надежды найти нужную информацию. Часто так происходит из-за недостатка знаний о том, как правильно использовать поисковые системы. Для рядового пользователя работа с поиском зачастую ограничивается фразами из серии «какой фильм посмотреть» или «где находится ближайший банкомат». А между тем есть простые приемы, которые позволяют искать нужные сведения в интернете быстрее и эффективнее.

Существуют разнообразные хитрости (и они не держатся в секрете), о которых важно знать каждому интернет-пользователю, чтобы сделать процесс поиска максимально результативным.

5 простых советов поиска (для начинающих):

1. Правильно составляйте поисковые запросы

Поиск по одному слову выдаст несколько миллионов результатов, а на запрос из четырех или шести слов — всего несколько тысяч, а то и меньше. Чем точнее и грамотнее составлен запрос, тем выше вероятность появления результата уже на первой странице.

2. Используйте как минимум две поисковые системы

У разных поисковиков разные способы индексации страниц. Поэтому, как правило, даже самые простые поисковые запросы в разных системах приносят несовпадающие результаты.

3. Пользуйтесь расширенным поиском

Пользуйтесь уже разработанной структурой для поиска, которая даёт возможность не придумывать самостоятельно уточняющие слова.

4. Пользуйтесь функцией «Поиск в найденном»

Такой метод позволяет сужать область поиска за счет уточнения, какие именно, например, отели ищет пользователь — 5-ти звёздочные или бюджетные. Поиск в найденном поможет быстро устранить большинство нерелевантных результатов.

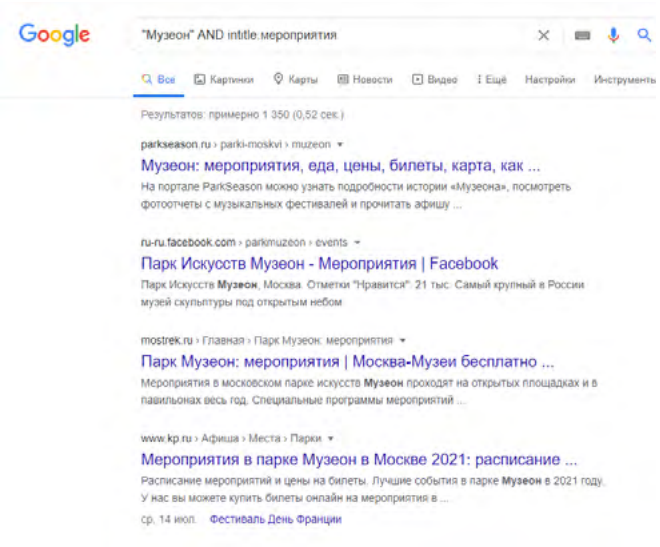
5. Используйте синонимы и ключевые фразы

Метод, напоминающий поиск в найденном, но позволяющий не сузить, а уточнить поиск. Допустим, пользователь ищет информацию о предмете, который более известен под разговорным названием.

В ситуациях, когда вышеперечисленные способы всё равно не приносят желаемый результат, наступает время пускать в ход более серьёзные методы. В таких случаях следует воспользоваться одним из популярных способов поиска информации — boolean search.

Boolean search — как это работает? (для продвинутых)

Boolean search — это поиск в Google или Яндекс с помощью специальных слов-операторов: «AND», «OR», «site:» и подобных. Если составлять поисковые запросы определенным образом и использовать операторы, то можно находить нужную информацию в социальных сетях, на профильных сайтах и даже в документах с открытым доступом.



Перед началом поиска необходимо подобрать ключевые слова или фразу, например, необходимо узнать о ближайших мероприятиях в парке «Музеон»: вводим в поисковой строке «Музеон» и добавляем операторы. Теперь страницы поиска отображают только нужные результаты.

Операторы Boolean-запросов

Остановимся подробнее на операторах. Часто их называют Boolean-операторами или булевыми операторами. Это основной инструмент Boolean-поиска. Разберемся, что они означают и когда ими нужно пользоваться.

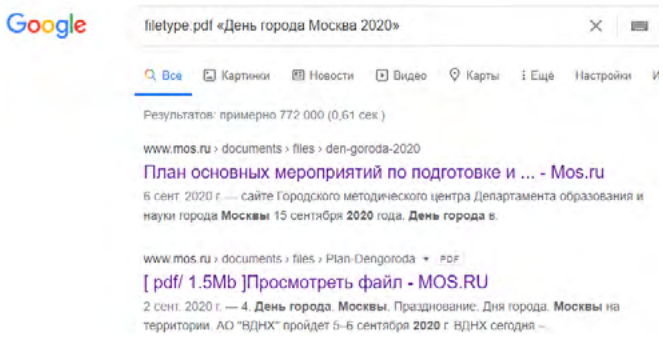
Google	Yandex	Пример	Использование
«»	«»	«Аудиокнига Война и мир»	Для поиска точной фразы. Подходит для запросов, состоящих более чем из одного слова
OR	|	Книга OR Аудиокнига	Для поиска одного из слов (или обоих сразу)
AND	&	Отель AND Казань AND Центр	Для поиска всех перечисленных слов в одной выдаче. Запросов без одного из слов просто не будет
-	~	Фильм «Семь» — скачать	Чтобы исключить слово из поисковой выдачи
site:	site:	site:rekadro.ru	Для поиска на определённом сайте
related:	related:	related:hrmag.ru	Для поиска похожих источников
intitle:	title:	intitle:меню OR intitle:menu	Для поиска по слову в заголовке страницы
inurl:	inurl:	inurl:расписание OR inurl:schedule	Для поиска страниц, содержащих определённое слово в ссылке страницы
filetype:	mime:	filetype:pdf «День города Москва» Yandex	Для поиска файлов, например, онлайн-резюме или портфолио

В таблице представлены операторы, которые сейчас актуальны и чаще используются для быстрого поиска. На просторах интернета можно найти и дополнительные полезные операторы.

С их помощью можно составлять самые разные поисковые запросы. Стоит отметить, что очередность расположения операторов не важна. Главное, чтобы символы были правильно написаны, и в словах не были пропущены буквы.

Пример:

Составим более сложный поисковый запрос. Предположим, нужно найти все запланированные мероприятия на день города Москва в pdf-файле. Ищем документ с помощью запроса: filetype:pdf «День города Москва 2020».



Очевидно, что с помощью одной статьи получить навыки невозможно. Для оттачивания такой техники поиска нужна практика. Для начала попробуйте использовать простые советы поиска в сети. А переходя на boolean search, следует потренироваться, выделив минут тридцать: придумать в голове необходимую информацию с расширенными данными и составить пару запросов.

Boolean Search открывает новые возможности поиска. Владение булевыми операторами позволяет перейти на новый уровень интернет-сёрфинга. Пробуйте!

Вероника Климанова

ПРОВЕРЕНО

Отдыхать не работать: оформляем документы с сотрудником

ЕКАТЕРИНА ВАСИЛЬЕВА

Ведущий специалист по кадровому администрированию «Рекадро»

В трудовой практике бывают случаи, когда сотрудники обращаются в отдел кадров с вопросами, ответы на которые не всегда удаётся быстро найти. Поделюсь кейсами из личного опыта.

Выходные для донора

Однажды сотрудник, работающий по сменному графику «два через два», предоставил в отдел кадров справку о дне сдачи крови, который пришелся на его выходной день по графику сменности. Сотрудник обратился с вопросом о том, сколько дней отдыха он имеет право в данном случае использовать.

За такое благородное дело, естественно, полагаются привилегии. Я проконсультировала сотрудника, рассказав о том, что после каждого дня сдачи крови ему предоставляется дополнительный день отдыха. Такой день по желанию работника может быть присоединен к ежегодному оплачиваемому отпуску или использован в другое время в течение года, что предусмотрено ч. 4 ст. 186 ТК РФ.

Также при более углубленном изучении вопроса я обратилась к ч. 3 ст. 186 ТК РФ, согласно которой работнику-донору по его желанию предоставляется день отдыха в случае сдачи крови в:

- период ежегодного оплачиваемого отпуска;
- выходной или нерабочий праздничный день.

Таким образом, работнику, ставшему донором в выходной по своему графику день, положено два дополнительных дня отдыха:

- один — после дня сдачи крови. Этот выходной предоставляется независимо от того, был ли день сдачи крови выходным или рабочим.
- другой — в счет дня сдачи крови, совпавшего с выходным днем (ч. 3 ст. 186 ТК РФ).

Отдыхать некогда

Не так давно сотрудник обратился с вопросом о том, может ли он отгулять свой отпуск, написав заявление на ежегодный оплачиваемый отпуск на субботу и воскресенье.

С таким вопросом я столкнулась впервые, но решение было найдено относительно быстро. Я проконсультировала сотрудника, пояснив, что согласно Письму от 07.12.2018 № 14-2/ООГ-9754, Минтруд запретил брать отпуск на выходные дни. Согласно мнению Минтруда, предоставление отпуска исключительно в выходные дни (2 дня с субботы по воскресенье) не соответствует требованиям трудового законодательства РФ и грозит штрафом в размере от 30 000 рублей до 50 000 рублей должностному лицу компании, а также индивидуальному предпринимателю — от 1 000 рублей до 5 000 рублей (ч. 1 ст. 5.27 КоАП РФ).

При этом Трудовой кодекс РФ не запрещает предоставление ежегодного оплачиваемого отпуска на период, когда его начало или конец приходится на выходной или нерабочий праздничный день. Например, предоставление отпуска с воскресенья по четверг не будет являться нарушением.

В связи с этим трудолюбивый сотрудник был вынужден взять свой официальный ежегодный отпуск в рабочие дни.

КОРПОРАТИВНАЯ ЖИЗНЬ
Wellbeing в движении

Корпоративные wellbeing-активности — это не просто внедрение отдельных практик здорового образа жизни, а ещё и улучшение коммуникаций между сотрудниками и повышение вовлечённости в корпоративную жизнь.

Отказ от вредных привычек, изменение питания, добавление физических нагрузок — всё это меняет жизнь к лучшему, придает людям сил и помогает эффективнее работать.

Сейчас есть множество методик, направленных на улучшение физического и психического здоровья сотрудников. Например, соревнование между сотрудниками с отслеживанием показателей. Существуют специальные приложения, позволяющие наблюдать за прогрессом — как личным, так и коллективным. Подобные практики не только сближают сотрудников, но и мотивируют человека не останавливаться на достигнутом результате.

Компания «Рекадро» в самом начале 2021 года решила встряхнуть, сплотить и мотивировать сотрудников, проведя увлекательное спортивное онлайн-соревнование.

Соревнование было направлено на повышение физической активности коллег и — в перспективе — на выработку важной спортивной привычки. Корпоративное онлайн-состязание проходило между сформированными командами и заключалось в количестве пройденных шагов в течение месяца.

Никаких препятствий

Для организации и проведения соревнования по шагам было выбрано приложение Pacer, отслеживающее физическую активность. Приложение считывает и агрегирует шаги отдельных участников и команд. И что очень важно, каждому видны результаты любого другого человека. Остаться незамеченным в этом случае не получится, необходимо шагать и носить с собой телефон. А пуш-уведомления не позволяют забыть о главной цели — победа по количеству шагов.

В течение целого морозного и снежного февраля сотрудники «Рекадро» активно принимали участие в соревновании и ежедневного шагали даже в «сугробных» условиях. Этот год для «Рекадро» стартовал со значительного повышения физической активности.

Онлайн-соревнование захватило коллег с самого первого дня, все участники стали больше ходить и бегать. В таком результате сыграло свою роль несколько факторов: во-первых, это соревновательный эффект, каждому хочется быть лучшим. А во-вторых, все данные открыты — и, конечно, никак нельзя подвести коллег по команде. Одно дело, когда вы бросаете вызов самому себе, пытаетесь обойти свой предыдущий рекорд или поддерживать свои достижения на одном уровне. Совсем другое дело, когда у вас есть возможность соревноваться с другими людьми.

Опыт показал, что такая мотивация работает просто на ура, она затягивает.

Полина: «Меня участие в соревновании реально стимулировало больше ходить, отказываться от общественного транспорта (в Санкт-Петербурге это не всегда просто, погода часто нелётная). Зато я сэкономила деньги на проезд и разминалась после рабочего дня».

Юлия: «Это и правда было очень энергично, спортивно и позитивно! Ты ставишь цель и идешь к ней! Соревнование мотивировало меньше использовать автомобиль и больше ходить пешком на работу и с работы. Больше времени гулять с семьей по вечерам! Столько красоты вокруг нас я увидела, которую мы не замечаем!»

Примерно такие эмоции вызвало соревнование у всех участников. Сотрудники мониторили достижения коллег, что мотивировало не отставать и двигаться активнее. Выявились даже «спортивные маньяки», которые проходили в течение дня в разы больше других участников.

За месяц проведения соревнования ни одна команда не распалась, все продолжали стремиться к цели. Борьба была честная и ожесточенная — в сумме мы сделали более двух миллионов шагов! А команда, которая заняла первое место, оторвалась на 143 000 шагов от второго и получила в качестве приза сертификаты в спортивный магазин.

Коллеги согласились, что каждый из участников является победителем, ведь конкурс пошел на пользу их здоровью.

Такая простая онлайн-активность сплотила сотрудников и играючи оздоровила коллектив. Многие из участников продолжают поддерживать высокую физическую активность, и мы обязательно объединимся и повторим наш спортивный опыт.

Занимайтесь спортом и популяризируйте здоровый образ жизни в вашей компании!

Вероника Климанова

ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЙСТВИИ
Актуальные кейсы

АНГЕЛИНА МЕЛЬНИКОВА

Консультант по подбору персонала

Концентрация ресурсов

Получив в работу вакансию «Руководитель группы аналитики», открывшуюся у Клиента в связи с новым проектом по анализу и моделированию данных, я сразу увидела, в чем сложность подбора: позиция сочетает в себе одновременно глубокое погружение в технологию и бизнес-анализ.

Вакансия была открыта в Москве, и поиск выдавал большое количество потенциальных кандидатов, но, к сожалению, никто из них не подходил на 100%: как правило, кандидаты работали только в одном из направлений и или не владели технологией на должном уровне, или не имели опыта «играющего тренера», который должен управлять командой.
К тому же большая часть откликов была из банковского сектора, который мы не рассматривали.

Я приняла решение не терять время, а сделать поиск более узким и целенаправленным и начала искать кандидатов из небольших компаний-конкурентов, предоставляющих специализированные технологические решения в области интеграции.

Кандидата удалось найти поиском по узким запросам через открытые ресурсы! Резюме он не обновлял и не рассматривал предложения о работе в течение четырех лет, но я ему все-таки позвонила и предложила просто пообщаться в свободной форме о его карьерных планах. А заодно рассказала о процессе поиска и сложностях, с какими пришлось столкнуться, и ненавязчиво презентовала действующий проект. Он заинтересовался. На техническом собеседовании выяснилось, что в последние годы кандидат работал в компаниях-интеграторах из digital-среды. Его опыт и знания усиливались за счет применения нестандартных решений и подходов в работе. В итоге оффер был принят. Иногда не стоит проходить мимо неактуальных резюме!

ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЙСТВИИ
Актуальные кейсы

НАТАЛИЯ БУКАТОВА

Ведущий бухгалтер

Контакт на 5+

Один из ключевых критериев эффективной работы с временным персоналом на наших проектах — это контакт с сотрудниками по рабочим вопросам. И не просто контакт, а доступный, открытый и оперативный.

Еще несколько лет назад все запросы сотрудников – по вопросам начисления и расчета заработной платы, оформлению документов — отрабатывались по телефонному звонку, но конечный результат не всегда был достигнут по различным причинам (недозвоны, плохая связь, сложно воспринимать на слух информацию по цифрам, ограниченное время и так далее). Как следствие, при опросах временного персонала по взаимодействию и консультированию с сотрудниками агентства мы получали сниженные баллы.

В целях повышения качества сервиса мы внедрили дополнительный инструмент по взаимодействию с временным персоналом – рабочие группы в мессенджерах.

По каждому проекту мы создали группу в WhatsApp или Viber, присоединили участников: временный персонал, работающий на проекте, консультант проекта, специалист по кадровому делопроизводству и бухгалтер по расчету заработной платы. Администратором группы назначили консультанта проекта.

В группах сотрудники Рекадро размещают рабочую информацию: напоминания, изменения на проекте, обратная связь по вопросам временного персонала, переписка по текущим вопросам, поздравление с общими праздниками и так далее. Например, график работы, расписание корпоративного транспорта, информирование о необходимости явиться для подписания кадровых документов, предоставить результаты обследования, информация по датам выплат и тому подобное.

Самыми распространенными обращениями временного персонала являются темы по оплате труда, отпускам, получению справок и отсутствию на работе.

В зависимости от характера вопроса, ответ мы можем предоставить или в группу по проекту, если аналогичные вопросы могут возникнуть у других сотрудников, или личным сообщением сотруднику, если информация является конфиденциальной или частной. Активность в мессенджерах происходит ежедневно, и ответ сотрудника Рекадро на запрос в среднем занимает 10 минут.

Согласно опросам по взаимодействию в мессенджерах, основными плюсами инструмента являются:

- оперативность реагирования на запросы;
- быстрое распространение общей рабочей информации;
- постоянный доступ к общению с представителями компании;
- снижение количества звонков;
- возможность задать вопрос без привязки к работе офиса;
- работник может посмотреть ответ в любое удобное время и через время вернуться к нему.

Для эффективной работы этого инструмента я рекомендую:

- разработать положение по работе с мессенджерами, где будут прописаны правила создания и ведения групп, а также общения в них, в том числе четко разграничить информацию для группы и для личных сообщений;
- не менее важный пункт — актуальная телефонная книга, то есть необходима постоянная работа с контактами: вносить измененные номера сотрудников, чтобы понимать, от кого идет запрос, уволенных исключать из группы, принятых — добавлять;
- очень важно постоянно отслеживать активность в группе, так как «эффект толпы» может сказаться на общении: например, один сотрудник начнет выплескивать негатив, а другие участники — подхватят и усилят его. В такой ситуации не стоит поддаваться на провокации, лучше позвонить и поговорить с сотрудником лично. Практика показывает, что чаще всего людям просто необходимо высказаться, чтобы их выслушали;
- обязательно нужно назначить администратора группы, который будет выкладывать информацию общего характера и поддерживать активность;
- очень удобно, когда мессенджеры установлены на рабочем столе компьютера.

Из последних опросов можно сделать выводы, что такой формат взаимодействия временный персонал принял и использует как основной вид связи. Количество звонков значительно сократилось, а профильные запросы отрабатываются качественно и оперативно.

ТЕХНОЛОГИИ В ДЕЙСТВИИ
Актуальные кейсы

ОЛЬГА ЗУЕВА

Заместитель директора по аутсорсингу бизнес-процессов

Ответственность перед персоналом

Реализовывать проекты аутсорсинга бизнес-процессов всегда очень интересно и ответственно.

Интересно, потому что каждый новый проект отличается своими уникальными задачами, особенностями и условиями работы.

Ответственно, потому что каждый раз мы понимаем, что мы не только отвечаем перед Клиентом за качество и сроки оказанной услуги, но и несем полную ответственность за людей, силами которых мы работаем.

Я бы хотела остановиться на последнем пункте.

Когда мы реализовываем проект, мы подбираем команду исполнителей для выполнения работы на территории Клиента. Мы стремимся к формированию команды из надежных, ответственных, стабильных работников, которые будут выполнять свои обязанности и не подводить нас, а мы в свою очередь — их и Клиента. Мы уделяем много внимания адаптации исполнителей на объекте, к работе в условиях кадровой компании, делаем акцент на том, что мы прямые работодатели и создаем свой микроклимат в коллективе, хотя наши исполнители взаимодействуют и со штатным персоналом Клиента, у которого уже сложилась своя корпоративная культура.

На одном из объектов в прошлом месяце у нас возникла критическая ситуация. Один из штатных сотрудников компании, занимающий руководящую позицию, озвучил нашим сотрудникам (рабочему персоналу, операторам линии), что они «аутсорсеры» и работа каждого из них может быстро закончиться, тем более что провайдеров на площадке несколько. За один час мы получили 12 заявлений на увольнение.

Работа всей команды была под срывом. Менеджер проекта оперативно выехала на объект разобраться в ситуации и постараться максимально удержать людей. Мы собрали всех сотрудников, разъяснили принципы нашей работы с персоналом, ответили на вопросы. Встреча прошла напряженно, у нас не было уверенности в том, что сотрудники отзовут свои заявления на увольнения, но тем не менее 9 сотрудников удалось сохранить, новых заявлений не поступало. Безусловно, это нам удалось сделать благодаря ответственному отношению к сотрудникам – социальные гарантии, прозрачный и «белый» доход, индивидуальный подход.

К сожалению, такие ситуации — нередкое явление при реализации проектов аутсорсинга. На рынке труда среди компаний-заказчиков распространено мнение (и, как правило, не без причины), что аутсорсинг — это нецивилизованный вид услуг, всегда дешёвый, временный. Многие компании часто меняют провайдеров. Среди кандидатов также встречается негативный опыт работы в аутсорсинговой компании, уже присутствует недоверие к работе в штате агентства.

Мы стараемся повышать значимость услуг, формировать другую точку зрения как у Клиентов, так и у кандидатов. Всегда благодарим Клиентов, которые готовы принимать участие в адаптации нашего персонала на объекте и способствуют выполнению нашей работы по формированию собственной корпоративной культуры среди сотрудников агентства.

АНОНСЫ II КВАРТАЛА 2021 ГОДА
HR-мероприятия

- 8 апреля 2021 г., г. Москва – II Конференция «Современный рекрутмент»
- с 8 апреля 2021 г. — онлайн-марафон «HR ТРАНСФОРМАЦИЯ 2021»
- 22-23 апреля 2021 г., Санкт-Петербург – КУБ Экспо 2021. Кадры. Управление. Безопасность
- 28-29 апреля 2021 г., г. Москва – V Всероссийский форум «АДАПТАЦИЯ ПЕРСОНАЛА – 2021»
- 26 мая 2021 г., г. Москва – Конференция «Workplace Wellness»
- 26-27 мая 2021 г., г. Москва – VIII Всероссийский форум «HR-DAYS»
- 8-9 июня 2021 г., г. Москва – Вторая конференция «Развитие системы корпоративного обучения и управление знаниями в корпорации»
- 17 июня 2021 г., г. Москва – XXX форум газеты «Ведомости» «HR-Форум»
- 17 июня 2021 г., г. Москва — III Практическая Конференция «ФИНАНСЫ В HR»
- 29 июня 2021 г., г. Санкт-Петербург – II Международная HR-премия «Чёрный лебедь»

Хотите стать героем «HR-мудрости»? Мы ждем Ваше экспертное мнение!
Просто сообщите о своем желании участвовать:
Евгения Максимова maksimova@rekadro.ru
Вопросы и пожелания по нашему журналу вы также можете адресовать любому сотруднику Рекадро.
За подробными результатами приведенных исследований и комментариями
«Рекадро» обращайтесь в редакцию: hrmag@rekadro.ru

«HR-мудрость» — сетевое издание 12+ | Издатель: ООО «Рекадро» | Главный редактор Максимова Е.В.
Свидетельство о регистрации СМИ ЭЛ № ФС 77-76855 от 09.11.2019 г. выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций
Адрес редакции: 196084, Санкт-Петербург, Московский проспект, д. 91, литера А, офис 10Н
Тел. 8 -800-700-58-38 | E-mail: hrmag@rekadro.ru
© Копирование и использование материалов допустимо только по согласованию с редакцией