HR•МУДРОСТЬ
ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ

Издание для HR-единомышленников
№ 42 ● I квартал ● 2024

СОБИРАЕМ НАСТОЯЩУЮ КОМАНДУ

А КАК ДЕЛА В КАЗАХСТАНЕ?

ПУЛЬС ЗАРАБОТНЫХ ПЛАТ

ДОЛЖЕН ЛИ ЭЙЧАР БЫТЬ ПСИХОЛОГОМ?

HR•МУДРОСТЬ

Содержание

СОХРАНЯЕМ ЗНАНИЯ ВНУТРИ КОМПАНИИ 3

СЕЙЧАС В HR ВАЖНА ВЗАИМОВЫРУЧКА 7

ТЯНЕМ ПО ЛЮБВИ 10

«ДОЛЖЕН ЛИ HR БЫТЬ ПСИХОЛОГОМ ДЛЯ СОТРУДНИКОВ» 16

НЕ МЕССЕНДЖЕРОМ ЕДИНЫМ! 19

ПОДОЖДИТЕ МИНУТОЧКУ! 22

КАНДИДАТ НЕ ПОДХОДИТ, НО НУЖНО БРАТЬ 23

ЧУТЬЕ НЕ ПОДВЕЛО 24

VK КЛИПЫ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ СПОСОБ ПРОДВИЖЕНИЯ ВАКАНСИЙ 25

ВСЁ ТЕЧЕТ, ВСЁ МЕНЯЕТСЯ. НА ПУЛЬСЕ ЗАРАБОТНЫХ ПЛАТ 28

ВИДЕО В ТЕКСТ: 32

МЕРЧ В РУКАХ ЭЙЧАРА: МЕРЧЕНДАЙЗИНГ И МОТИВАЦИЯ 36

На обложке, слева направо: Мария, Елизавета и Ксения — балерины и преподавательницы студии горячей растяжки Hot Stretching. О том как найти кадры в такой необычный проект, Ксения рассказывает **на десятой странице.**

Сохраняем знания внутри компании

Нехватка кадров ощущается во всех областях, взять готового человека с улицы уже невозможно, и производитель бумаги «Архбум тиссью групп», как и многие, встал на путь самостоятельного обучения, но подошел к этому не как остальные. Руководитель отдела управления персоналом Наталья Климкина рассказала HR-мудрости о системе, с помощью которой планомерно восполняет потребности компании в персонале.

— Уже год на вашем предприятии внедрена система наставничества, как она устроена?

— В компании действует проект, который называется «Школа наставников». Здесь есть два направления. Первое — это наставничество для новых сотрудников: за каждым из них закрепляется высококвалифицированный наставник, отобранный по определенным критериям. Это должна быть высокая лояльность к предприятию, стаж и производительность труда. Мы провели кампанию по отбору в будущие наставники. Некоторые работники заявлялись сами, но были и те, кого выдвигали руководители.

В НАЧАЛО

Все проходили тестирование на потенциал наставника, и в программу включались только те, у которых был хороший и отличный потенциал, потому что они должны желать передавать знания, а как это сделать, мы научим! Кроме того, мы проводили мотивационные тесты для того, чтобы понять, как нам работать с наставниками, как их самих эффективно мотивировать. А после всех оценочных процедур было обязательное обучение. Обучение проводит наш корпоративный тренер по разработанной и адаптированной к корпоративным требованиям программе «Эффективный наставник». Наставник не допускается к работе, пока не пройдет все три этапа.

Есть и сотрудники, которые проходят обучение при смене профессии или присвоении тарифного квалификационного разряда. Такие сотрудники закреплены за наставником-экспертом, который обучает по утвержденной программе новым профессиональным знаниям или более сложным уникальным навыкам.

— Можно ли уже говорить о каких-то результатах внедрения программы наставничества?

— Результат мы почувствовали, наверное, уже в четвертом квартале 2023 года, когда у нас снизилась текучка на испытательном сроке и мы увидели, что по результатам обучения сотрудники успешно сдавали экзамены. Стало понятно, что система заработала; в конце года мы провели конкурс наставников, по результатам которого наградили лучших. Но тут обязательно будет и отложенный эффект — сохранение важных знаний и компетенций внутри компании.

— Как бы вы оценили результаты участия предприятия в программе «Лидеры производительности»?

— Я лично проходила обучение по этой программе и могу сказать, что она повышает мою рыночную стоимость. Почему? Потому что те управленческие, лидерские компетенции, которые там заявлены, они исполняют честно. К слову сказать, я была лучшей из группы и сдала все тестовые работы на высший балл.

От компании проходили обучение две группы с двумя проектами. Первый проект — это увеличение рентабельности на 10% за счет снижения простоев оборудования, второй — по взаимодействию продаж и производства. Оба проекта — до 2025 года, но уже сейчас можно говорить о реальных результатах. Первое — мы снизили простои через обучение сотрудников: оперативно разработали и внедрили СОПы (стандарты операционных процедур), чтобы был конкретный алгоритм действий, на всем оборудовании были установлены QR-коды, чтобы каждый сотрудник мог подойти в случае, если возникла неполадка, отсканировать QR-код и прочитать инструкцию о необходимых действиях при поломке конкретного оборудования.

А по второму проекту у нас был акцент на согласование планов продаж и производства.

В компании, как, наверное, и везде, эти два процесса находятся в конфронтации, и точность планирования была до начала проекта около 35%, сейчас мы увеличили ее до 75%. Для нас это большое достижение, а за счет реализации двух проектов и усовершенствования бизнес-процессов компания увеличила свою прибыль. В рамках первого проекта еще мы внедрили культуру непрерывных улучшений: подача предложений по улучшениям (ППУ). По реализации данного проекта за 2023 год подано 44 ППУ с экономическим эффектом более 71 млн. рублей.

— Вы говорили про сохранение знаний внутри компании, но для этого нужно удержать носителей этих знаний. Как вы удерживаете тех специалистов, в ценности которых вы уже, так сказать, не сомневаетесь?

— В целом бенефиты мы не разделяем, и сотрудник у нас не может выбирать из нескольких вариантов. Есть одинаковые мотивационные программы для всего персонала. Здоровье — это важное направление, поэтому в 2023 году мы сделали акцент на ДМС. Помимо стандартных базовых программ, мы ввели франшизу на стоматологию с определенным лимитом — для сотрудников это было важным моментом, мониторинг программы показал, что все, кто вступил в нее, воспользовались предоставляемой услугой. Плюс в рамках ДМС у нас есть телемедицина и онлайн-консультации терапевта. Конечно, мы уделяли внимание и повышению материальной базы. Сделали срез и поняли, что не сможем удержать персонал, не имея материальную базовую часть на уровне рынка. Сейчас мы обеспечили конкурентоспособную заработную плату, а по уникальным профессиям — и выше. Постоянно улучшаем условия труда: обеспечиваем комфортные рабочие места с хорошим оборудованием и техникой. Компания следит за тем, чтобы гигиенические факторы были удовлетворены. Особое внимание уделяется качеству питания. Компании важно, чтобы сотрудник мог получать горячее сбалансированное питание. Для этого на предприятии созданы комфортные условия для приема пищи. В столовой всё оборудовано: термосы с горячей водой и микроволновки, удобные диваны для отдыха. Сотрудник может прийти со своим обедом, разогреть в комнате приема пищи, либо воспользоваться питанием, которое приготовлено в нашей столовой. На питание мы ввели дотацию, то есть часть стоимости обеда оплачивает работодатель, а часть — сотрудник. На такие праздники, как 23 февраля, 8 марта и Новый год в столовой всегда бесплатный праздничный обед и приятная легкая музыка.

— Как вы определяете, какие меры удержания использовать, как собираете обратную связь?

— Чтобы у сотрудников было чувство сопричастности с компанией, мы еженедельно делимся новостями и проводим регулярные опросы. У нас есть свое телеграм-сообщество, и практически все сотрудники в нем, более 95%. Перед тем, как что-то сделать, мы всегда делаем пульс-опрос: насколько будет это интересно людям? Исходя из количества голосов, рассматриваем те или иные варианты. Таким способом, например, мы ввели частичную компенсацию за спорт и франшизу на стоматологию.

— Главная задача, которую вы ставите перед собой на 2024-й год?

— На 2024 год запланировано расширение производственных мощностей, и ключевая цель АТГ — привлечение и удержание персонала. Внедрение новых мотивационных программ, которые мы разработали на этот год, будет способствовать реализации данной цели. Большей частью они направлены на материальную мотивацию, потому что не секрет, что на текущий момент превалируют материальные способы преодоления дефицита кадров.

Также мы планируем расширять систему корпоративного обучения, программы профессионального развития, чтобы самостоятельно готовить специалистов, которые нам нужны. Это, конечно, трудозатратный процесс, но компания к нему готова: разрабатываем программы обучения именно по тем уникальным для нас профессиям, без которых не обойтись здесь и сейчас. Внедряем дистанционную платформу обучения, развиваем культуру самообучающейся организации. По-другому этот вопрос не решить! Конечно, мы обратились в учебные заведения региона, заключили несколько договоров на практику, провели большое количество экскурсий для студентов, получили только положительные отзывы и желание сотрудничать, но, к сожалению, мы не первые, кто работает с подобным запросом. Выстроилась целая очередь из работодателей за выпускниками, поэтому нужно учить самостоятельно.

Активно популяризируем рабочие профессии — проводим конкурсы профессионального мастерства. На этот год охватываем еще несколько подразделений.

Есть проекты, направленные на социальную политику, например, путевки в санаторий, проведение детских и семейных мероприятий. Идей очень много, и мы будем стараться каждую довести до воплощения.

Хочется завершить девизом уже многих эйчар в современных реалиях: «Будут люди — будет бизнес!»

Беседовал Иван РОМАНОВ

Сейчас в HR важна взаимовыручка

Специалист с двадцатилетним стажем Гульназ Кудайбергенова поделилась с HR-мудростью своим видением ситуации на рынке труда, приемами нематериальной мотивации и опасениями, связанными с обучением сотрудников.

— С высоты вашего опыта как бы вы охарактеризовали текущее состояние рынка труда Казахстана?

— Главной особенностью рынка 2023 года я бы назвала большой отток людей по временным контрактам в дальнее зарубежье. Очень много специалистов уехало. В то же время с 2022 года я у нас наблюдается большой приток специалистов из России. Произошел своеобразный обмен. Я нанимала специалистов в сфере телекоммуникаций и могу отметить очень высокий уровень подготовки — можно сказать, что к нам в Казахстан зашел целый кластер, относящийся к современным технологиям. В то же время рынок показывает потребность в профессиях, о которых раньше мало кто слышал. Например, аналитики Power BI. Это люди, которые сейчас на рынке

В НАЧАЛО

Казахстана получают почти столько же, сколько и разработчики, но при этом они не всегда айтишники, они приходят в профессию с нуля — увидели спрос и перестроились, освоили новую профессию. Такие специалисты привносят новое мышление в компании. А тот факт, что на рынке труда появляются новые позиции, которых раньше не было — это показатель развития.

— Нехватка людей ощущается?

— Да, и очень серьезная. Очень сложно закрывать, например, бухгалтерские позиции. Это всегда было моей болью несмотря на то, что их у нас, казалось бы, много — квалифицированных бухгалтеров, тех, кто может брать на себя отдельные направления, очень трудно найти. Финансовых директоров, как ни странно, тоже достаточно сложно найти. С производственным персоналом большие проблемы. Например, инженер КИПиА или даже рекрутер — их очень трудно нанять. Почему? Потому, что и рекрутеры, и инженеры, и бухгалтеры, как правило, работают сдельно — наберут себе клиентов и наотрез отказываются идти в найм. Отток на сдельную оплату труда — тоже одна из тенденций сегодняшнего рынка.

— Этот отток происходит по материальным причинам или люди не хотят работать в рамках какой-то корпоративной структуры?

— На первом плане, конечно, материальная выгода — сдельщина зачастую приносит больше денег. А второе — не у всех компаний есть хороший выстроенный бренд работодателя. Я работала в компаниях, где был явно выраженный бренд, имя компании говорило само за себя. Это, например, АО «Казахтелеком». Там всё понятно, люди понимают, о чём, о ком идёт речь, и, как правило, этот бренд работает очень хорошо. Но есть компании, которые ещё не известны на рынке труда, нет чётко сформированного бренда работодателя, поэтому зачастую, конечно, люди опасаются, что это какой-нибудь сетевой маркетинг или ещё что-то в этом роде. Сталкивалась я и с таким. Отсутствие работы с брендом работодателя тоже создает проблемы.

— В таких условиях какие инструменты поиска персонала лучше всего работают?

— У каждой позиции своя специфика, но если говорить в целом, то, во-первых, на нашем рынке действует фактический монополист среди работных сайтов. Полноценной альтернативы на рынке Казахстана пока нет. Во-вторых, очень помогают социальные сети, и мессенджеры. В WhatsApp у меня сейчас не меньше 20 чатов, посвященных трудоустройству, и еще 10–15 в Телеграм. Есть чаты, в которых сидят по четыреста HR-специалистов, и мы все друг другу помогаем. Ну и, конечно, работает старое доброе сарафанное радио. Ну и в двух компаниях, в которых мне довелось работать за последнее время, хорошо работала реферальная программа, то есть формат «приведи друга»: он проходит обучение и испытательный срок, и тот, кто его привел, получает некую сумму.

— Насколько, на ваш взгляд, распространена в Казахстане практика организации обучения на предприятиях?

— Сейчас это необходимость. У меня самой есть успешный опыт организации корпоративного обучения и корпоративных учебных центров. Например, в процессе развития компании-провайдера интернет-услуг столкнулись отсутствием сварщиков на волоконно-оптических линиях связи. Вместо найма готовых профессионалов компания решила вложить ресурсы в создание корпоративного учебного центра. Была выделена площадка, найдены технические менторы и были выделены средства на обору-

дование для обучения. Это позволило компании набирать молодых специалистов без опыта. Через два месяца первый выпуск — 13 сварщиков, затем последовали новые команды. Компании удалось удовлетворить потребности в сварщиках ВОЛС собственными силами. При этом я не могу сказать, что подобная практика широко распространена. Хотя внедрение системы непрерывного обучения еще не стало массовым явлением, большинство компаний, с которыми я взаимодействую, и в целом HR-специалисты, стремятся к этому. Этот подход востребован в различных отраслях, включая обучение и мотивацию сотрудников в сфере продаж, производства, а также среднего и топ-менеджмента. Десять лет назад такого подхода не было. Сегодня люди проявляют больший интерес к самообучению. Часто компании включают обучение в социальный пакет, оплачивая 50% стоимости курсов, а сотрудник — оставшуюся половину. Такой неплохой мотивационный инструмент, он рабочий.

— А какие еще инструменты нематериальной мотивации вы бы назвали популярными?

— Один из примеров успешной мотивации — команда продажников в компании, работавшая с B2B-сегментом. Мы внедрили для них мотивационный инструмент в виде ваучеров на дополнительный выходной день. Сотрудники, достигшие высоких показателей, получали такой ваучер, подписанный генеральным директором, и могли использовать его в течение недели или месяца в качестве рабочего выходного, оплачиваемого компанией.

Другим успешным примером было проведение обедов с топ-менеджерами для рядовых сотрудников, показавших высокие результаты в работе, за определенный период. Ресторан, вкусная еда и одно условие: те полтора часа, что длится обед — ни слова о работе. Я сказала: полтора часа говорите о чём угодно, о детстве, о каких-то курьезных случаях, о шалостях, о футболе, о чём хотите, но ни слова о работе… Думала, что это будет сложно, но все справились.

Этот же подход был успешно применен, когда я работала на АО «Казтелерадио». Там Председатель правления по моей инициативе несколько раз в неделю обедал в столовой с линейными руководителями, узнавал, чем занимаются подразделения, какие проблемы, знакомился с ключевыми работниками. Руководители различных уровней имели возможность обедать с Председателем правления, пообщаться, что значительно повлияло на внутренние коммуникации, понимание и реализацию бизнес-процессов. Эти примеры показывают, что сначала сложно убедить руководителей, собственников бизнеса в важности новых HR-методов, но при правильной реализации они приводят к неожиданным результатам в управлении персоналом и новым идеям.

Завершить наш разговор я бы хотела высказыванием Дж. Руми: «Вчера я был умен и хотел изменить мир. Сегодня я мудр и меняю себя». Настоящий HR вносить и реализовывать изменения всегда начинает с себя, и эта тенденция никогда не устареет!

Беседовал Иван РОМАНОВ

В НАЧАЛО

Тянем по любви

Одиннадцать сезонов — столько Ксения Скобенко прослужила в театре. Профессиональная балерина, она выступала на лучших сценах России и мира, набрала огромное количество «званий»: «Спящая красавица», «Ромео и Джульетта», «Жизель», и по ощущениям около миллиона раз танцевала в «Лебедином озере». В 2018 году Ксения вместе с подругой открыла в Санкт-Петербурге студию горячей растяжки, которая всего за пару лет выросла в целую сеть. От остальных подобных проектов «Hot Stretching» отличается тем, что во всех филиалах сети все преподаватели — артисты балета. Ксения поделилась с HR-мудростью, где искать и как удерживать такой уникальный персонал.

В НАЧАЛО

Миллион лебединых озер

— И вот на втором занятии я лежу в шавасане, и мне просто как будто бы голос сверху говорит:

«Ксюша, надо открыть студию «горячей растяжки», такого нет». Я встала из шавасаны, сразу залезла в Google, смотрю — реально такого нет. А ведь это так просто и гениально, почему такого нет? Почему есть горячая йога, но нет горячего стретчинга? Тем же вечером я пришла в театр, и пока мы в гримерке готовились к спектаклю, я рассказала о своей идее напарнице Елизавете. Она меня сразу поняла и говорит: «Да, давай посмотрим помещение».

Первая студия «Hot Stretching» открылась в Бертгольд Центре, в Санкт-Петербурге в ноябре 2018 года, всего через месяц после внезапного озарения. Без какого-то серьезного бизнес-плана, Ксения и Лиза начали свой бизнес.

— Получается, что вы ушли из балета в бизнес, или сначала закончился балет, а потом уже вы создали студию?

— Я не закончила с балетом, когда студия открылась, потому что нужно было хоть на что-то чуть-чуть жить, а единственным способом заработать для меня тогда был балет. Вот я и пыталась совмещать, насколько это было возможно. Хотя бы чуть-чуть танцевать. Вначале балета было больше, но постепенно его стали вытеснять занятия в студии. Мы почему-то сразу решили, что нам нужно полное расписание. После открытия мы с Елизаветой давали по два урока каждый день. Чередовались: одна ведет вечернее занятие, другая — танцует, потом наоборот. И у нас был только один выходной раз в две недели, по воскресеньям. Вместе с нами работало еще три преподавателя — все наши подруги, балерины с опытом преподавания. Ту девушку, которая позвала меня на йогу, мы пригласили преподавать, она как раз проходила обучение на учителя в этом направлении. Таким небольшим составом и в полной загрузке мы проработали, наверное, месяцев девять и поняли, что у нас все вечерние занятия уже полная запись — 22 человека, и есть еще желающие, нужно расширяться, искать новое помещение. Тем более, что дела, вроде бы, шли хорошо. А по соседству с нами в Бертгольд Центре работала дизайн-студия в точно таком же помещении, как наше, и я решила сразу обозначить администратору центра, что мы готовы его арендовать, если ребята соберутся съезжать: «Лен, в общем, держи нас в курсе, мы как бы, если что, готовы. Мы не торопимся, но…» И она через два дня мне звонит и говорит: «Ты ведьма!»

— Как вы искали новых преподавателей в студию? Просто по записной книжке?

— Конечно. Балетный мир, он достаточно большой, и если ты танцуешь, то встречаешь очень много интересных людей. Замечаешь роли, видишь, кто где учится, кто в каком театре работает. Это достаточно большое количество людей — есть из кого выбрать. Так что да, в первую очередь мы, естественно, зовем знакомых и знакомых наших знакомых.

Понятно, что этот мир и слегка токсичный, и поначалу мы скрывали, что начинаем собственное дело, делились только с теми, кому доверяли. Мы брали даже тех балерин, у которых не было опыта в преподавании, и помогали им научиться преподавать. Главным для нас была личная совместимость. В тот период никто к нам на работу никто не напрашивался, какие-то балетные ребята болтали о том, что Ксюша с Лизой открыли студию, но к нам просто присматривались — хочу ли я пойти туда работать? Но когда мы начали активно и быстро развиваться, интересующихся стало гораздо больше.

Горячей растяжку называют, потому что в помещениях, где проходят занятия, с помощью инфракрасного освещения и особой системы фильтрации создается микроклимат с температурой 36–40 градусов и влажностью 40%. Такое мягкое тепло прогревает мышцы, делает их эластичнее. Сочетание с особым, балетным методом растяжки, делает эти занятия уникальными.

В НАЧАЛО

— А когда вы открывали филиал студии в Москве, там тоже хватило знакомств?

— Да, наши московские балетные друзья рассказали своим балетным друзьям, что мы открываемся, и весь коллектив потихонечку набрался. Сейчас мы иногда выкладываем объявления в Инстаграм* или пишем в общий чат, что если кто-то из ваших балетных знакомых решил стать тренером, у нас есть для него предложение — и обычно этого хватает. Но если честно, я буду вам благодарна, если вы мне расскажете, где еще искать балерин, кроме наших соцсетей. Работные сайты тут совсем не подходят.

— Большинство наших читателей сильно позавидует вам, узнав, что вы можете набрать персонал, сделав пару публикаций.

— Не нужно зависти. Если размещаешь объявление о работе, то можешь рассчитывать, что кто-то откликнется, придут 20 человек и ты сможешь выбрать. А когда ищешь по знакомым — это как отправлять запрос во Вселенную: «Мне нужны два преподавателя», и они как-то потом подтягиваются. Никакой четкой системы. Вот с поиском уборщиц у нас проблемы, и ни знакомства, ни объявления не помогают.

Почему я должна все это выслушивать?

Существует драматический стереотип об отслужившей свой срок балерине, которая вдруг оказывается бесполезна и непригодна к обычной жизни. История Ксении и Лизы его ломает, показывая, что завершение карьеры в балете может стать шагом вперед. Вообще «Hot Stretching» — яркий пример того, как можно сменить сферу деятельности, не изменяя себе, и заниматься любимым делом, даже когда обстоятельства вокруг заставляют меняться. Как часто мы останавливаемся, видя возможность, сомневаемся, упускаем… А тут, без подготовки, одним прыжком от идеи до воплощения. И все это, как говорит Ксения, с «балетным умом» — не разбираясь в том, чем собираешься заниматься.

— Вы упомянули о токсичности балетного мира, наверняка это создает какие-то сложности и внутри вашего коллектива. Есть какая-то специфика в работе с балетными людьми?

— Конечно. Просто балетные люди, они очень специфические в психологическом плане. Когда мы были детьми, в то время, когда нужно смотреть на бабочек и гулять на улице, мы работали в зале, и на нас кричали, говорили, что мы никчёмные, жирные, и ни на что не способны. И вообще, нередко бывают такие истории, когда только мама твоя хочет, чтобы ты танцевала, а ты вообще ничего не хочешь. У каждого своя история. Я, например, слава богу, не училась в академии. Я училась в театре детского балета, это было хорошее обучение — все мои преподаватели были ученицы Вагановой. Это был прям кладезь тех самых, старых знаний. Я воспитанница старой школы.

* продукт компании Meta, которая признана экстремисткой организацией в России

В НАЧАЛО

Но даже несмотря на то, что я не была в академии, я не могу сказать, что у меня не осталось каких-то психологических травм от балета. На самом деле, я ушла из балета, наверное, потому что вот я стою после спектакля в луже пота и думаю: «Мне 28 лет, а мой художественный руководитель — клевый, классный, самый лучший из всех, которых я знала — вдруг не в том настроении подходит ко мне и говорит:

«Ты сегодня совсем не старалась». А я всю жизнь работала с полной включенностью, никогда не халтурила. Даже если что-то происходило в личной жизни — собака умерла — выхожу на сцену и улыбаюсь. Я никогда не могла иначе — потому что потом сама собой буду недовольна. Выкладываешься на полную, а на тебя просто так кричат, и ты, взрослый человек, не понимаешь: «А почему я должна все это выслушивать?» И вот такого мы у себя в коллективе не допускаем. Для наших балетных людей мы стараемся создать максимально комфортную среду без стрессов. Нам это проще, мы сами из балета, такие же, все понимаем.

— Может быть, вы выработали какие-нибудь правила? Чего нельзя делать?

— Я абсолютно не разбираюсь в людях, к сожалению. Поэтому я все проживаю через личный опыт. Мне кажется, человек — прекрасный, я могу доверять, а потом оказывается, что это было большой ошибкой. Бизнес меня научил тому, что как бы ты ни старался, все равно найдутся люди, которые будут тобой недовольны, для которых ты будешь плохим. А кто-то придёт и скажет: «Боже мой, ты самый лучший босс, мне так комфортно работать, мне ни на одной работе так комфортно не было!» И ты такой: «Я тоже так считаю (смеется — прим.ред.). Я даю своим ребятам свободу, я их люблю!» А потом оказывается, что кто-то другой, за спиной, говорит про тебя неправду… А стараешься ты для всех одинаково.

Принятие реальности

Сейчас у сети «Hot Stretching» две студии в Санкт-Петербурге и одна в Москве — желание расти, есть но в текущей экономической ситуации о планах Ксения говорит с осторожностью:

— Пока мы наблюдаем, принимаем реальность, смотрим на то, что нам предлагает жизнь, и пытаемся подстраиваться под нынешние экономические реалии. Люди начали экономить и, к сожалению, чаще всего, в первую очередь, они урезают расходы на здоровье и спорт. К этому прибавляются проблемы с продвижением — сейчас трудно запустить рекламную кампанию, которая будет давать результат и не будет стоить 500 тысяч рублей. Но в целом, мы не стоим на месте, у нас получается становиться лучше, так что мы продолжим работать и в этой новой экономической реальности.

Карасева Юлия,
Основатель и Генеральный Директор Inbalansy

«Должен ли HR быть психологом для сотрудников»

Переделаем высказывание великого русского поэта Николая Алексеевича Некрасова: «Психологом можешь ты не быть, но человеком быть обязан!» Такой ответ одним предложением можно дать на вопрос: должен ли эйчар быть психологом для сотрудников?

Так бывает, что в отдел по работе с людьми в организации стихийно попадают все вопросы, которые касаются работы сотрудника в компании, и даже те вопросы, которые не входят в обязанности специалистов по управлению персоналом. Так происходит из-за того, что эйчар-отдел ассоциируется с отделом по решению всех проблем с персоналом.

Еще до того, как потенциальный кандидат стал кандидатом на конкретную позицию, эйчар (если нет отдельного направления) занимается анализом и расширением рынка потенциальных кандидатов, работает с вопросами бренда компании как работодателя и вырабатывает ценностное предложение. А далее логичная цепочка от подбора, отбора, адаптации и развития сотрудника в компании, и на каждом этапе эйчар обеспечивает работу этой цепочки.

Не так давно развитие направления благополучия и здоровья сотрудников

В НАЧАЛО

стало в ряде компаний тоже зоной ответственности эйчар, у многих из них есть психологическое образование, возможно, опыт консультирования и кажется, что кто-то всерьез задумался его применять по своей воле или так сложились обстоятельства. Общения и взаимодействия с сотрудниками по разным вопросам становится еще больше, если сотрудники по персоналу берут на себя обязанности психолога — к чему же это может привести для самого эйчар и компании?

Разберем несколько возможных сценариев, когда у эйчара есть образование психолога и опыт консультирования:

Сценарий 1 — Вселенская человечность

К сотруднику отдела персонала приходят коллеги из разных подразделений, чтобы поговорить о своих проблемах, которые связаны с работой или его личными вопросами. Однако эти вопросы никак не связаны с работой эйчара. Человеческое отношение никто не отменяет, но если специалист по управлению персоналом проводит полдня и большое количество дней в неделю в разговорах с сотрудниками, явно его прямые обязанности остаются не сделанными, переносятся на вечер, выходные или падают на плечи других коллег.

Риски: смещение фокуса внимания на помощь коллегам в ущерб своим задачам приводит к снижению эффективности, потери баланса между работой и личной жизнью, эмоциональному выгоранию.

Что делать: определить личные и профессиональные границы, простроить их и научиться транслировать коллегам. Разграничивать вопросы, по которым вам важно включиться и помочь сотруднику, и вопросы, которые уже выходят за пределы ваших задач. Если коллеге необходима психологическая помощь, поговорить с ним/ней о том, какие есть ресурсы внутри компании и за ее пределами, порекомендовать техники самопомощи, литературу. Вы также можете применить навыки Первой Психологической Помощи, если вы проходили такое обучение, которое направлено на первоначальную поддержку коллеги и выявление ресурсов, которые могут ему/ей помочь дальше.

Сценарий 2 — Многогранная польза

В данном сценарии эйчар или менеджмент думает, что имея образование и опыт консультирования, такой сотрудник может быть полезен сразу в нескольких направлениях и, помимо своих обязанностей, время от времени становится в компании корпоративным психологом и консультирует сотрудников. Он разделяет это время, выделяя часть на консультирование, а часть на обязанности эйчара.

Риски: основной сложностью является разделение ролей и сохранение конфиденциальности. Исполнение одним человеком этих двух ролей может привести к профессиональным и этическим конфликтам. Эйчар может узнать информацию о сотрудниках и принимать решения, связанные с рабочими вопросами, учитывая это, как бы ему ни хотелось разделить и не смешивать одно с другим. Практически разделить влияние ролей очень сложно: необходим отдельный специалист, работа которого не связана с вопросами мотивации, повышения, реструктуризации, административными вопросами и так далее.

Что делать: выбрать для себя одну роль, которую вы хотите исполнять в рамках организации, а консультировать за пределами компании, исключая сотрудников.

Сценарий 3 — Обучение сотрудников

В данном сценарии эйчар проводит для сотрудников психологические тренинги, сессии или берет на себя полностью функцию обучения по вопросам, связанным с темами благополучия, вспоминая свое психологическое прошлое или настоящие. На первый взгляд, в этой идее нет ничего проблематичного, в компании важно поддерживать сотрудников и психологически образовывать, делиться с ними знаниями и подходами.

Риски: основной сложностью является экспертиза эйчара, так как в направлении благополучия и здоровья появляются новые исследования, и то, что было изучено 20 лет назад в отношении управления стрессом, например, в какой-то степени устарело. Выходят новые исследования, техники и упражнения, которые необходимо знать и уметь донести до сотрудников. К тому же все темы, связанные с благополучием, невозможно уместить в рамках одного специалиста, поэтому экспертиза такого сотрудника будет недостаточной и не всегда должного качества.

Что делать: если желание и необходимость в проведении обучения/сессий, связанных с психологическим прошлым или текущей экспертизой, сохраняется, выберите несколько тем, ограничьтесь ими и наращивайте экспертизу. По остальным темам привлекайте внешних профессиональных провайдеров.

Какая бы причина ни была основной в идее эйчара быть для сотрудников психологом, взвесьте все риски, оцените ваш ресурс и эффективность данного решения для компании. Вы можете направлять сотрудника за помощью, объяснять, зачем обращаться к психологу, рассказывать про навыки самопомощи и необходимость участвовать в мероприятиях компании по благополучию и здоровью, направленных на поддержание эффективности сотрудников. При этом становиться психологом своим коллегам по компании совершенно не обязательно.

Не мессенджером единым!

Телеграм: новый, неожиданный, но эффективный канал для поиска персонала

В современном мире, где конкуренция за таланты никогда не спит, эйчарам приходится искать новые и инновационные способы привлечения кандидатов. Работные ресурсы не дают новых откликов, в социальных сетях VK и ОК посты с вакансией борются за внимание посетителей, но часто проигрывают кошечкам, капибарам и совам. Глаз соискателя замылен, они не видят баннеры и не реагируют ни на текст, ни на визуал рекламного объявления с приглашением на работу. В последние месяцы на передний план выходит новый канал поиска сотрудников — Телеграм. Почему именно Телеграм? Давайте разберемся.

С момента своего создания Телеграм превратился из простого мессенджера в мощную платформу для обмена информацией и сетевого взаимодействия. Здесь собраны тысячи специализированных каналов и чатов по самым разным темам, включая профессиональные сообщества и тематические группы. Аудитория Телеграм — активные и вовлеченные пользователи, готовые к новым предложениям и возможностям. Сегодня эту площадку используют для получения оперативной информации и новостей, с целью отдохнуть и переключиться, а также для решения рабочих вопросов. Как канал коммуникации Телеграм также популярен — в 2024 году им пользу-

В НАЧАЛО

ются 800 миллионов человек в месяц.

Использование Телеграм для поиска сотрудников позволяет специалистам по подбору напрямую общаться с потенциальными кандидатами. Это значительно упрощает процесс отбора, поскольку позволяет быстро оценить заинтересованность и соответствие кандидата вакансии. Более того, многие профессионалы уже сами выбирают Телеграм как платформу для поиска работы, что делает его идеальным местом для встречи спроса и предложения.

Площадка обладает высоким уровнем гибкости в коммуникации — то, что так необходимо в меняющемся мире! В отличие от традиционных методов рекрутинга, здесь можно мгновенно реагировать на изменения, обновлять информацию о вакансиях и получать обратную связь от кандидатов. Это создает динамичное и прозрачное взаимодействие между компанией и соискателями.

Варианты поиска персонала через Телеграм

В «Рекадро» мы используем два вида поиска в Телеграм — «посевы» в каналах (где пост размещается в нужном сообществе через администратора) и официальная реклама через личный кабинет Telegram Ads (точечный таргетинг).

Рекламные посты («посевы») чаще всего размещаются в региональных и городских телеграм-каналах с новостями или вакансиями, а также в каналах по интересам (профессиональных сообществах для определенных профессий, нетворкинг-чатах с тематических мероприятий, группах со схожими увлечениями). Вакансия публикуются либо через администратора телеграм-канала, либо с помощью платформы telega.in.

Плюсы: высокая конверсия, возможность оперативно реагировать на комментарии.

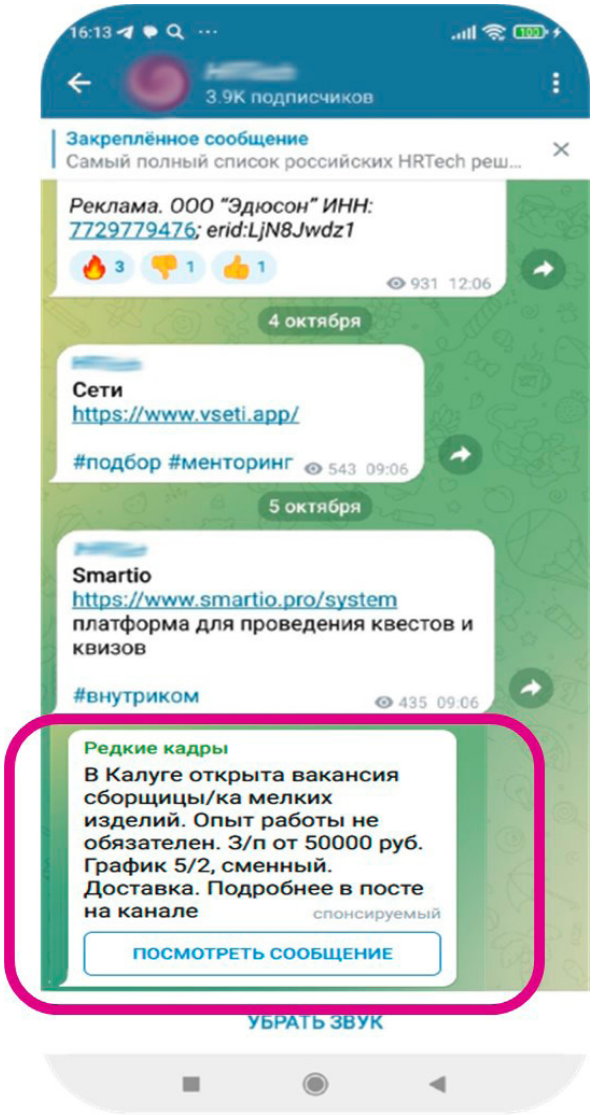
Минусы: видят только подписчики, нет возможности понять, кто посмотрел из целевой аудитории, есть риски с некорректной маркировкой объявлений.

Кейс: Производственное предприятие, вакансия — оператор-формовщик
Регион: Тольятти

Официальная реклама Telegram Ads позволяет выбрать более релевантную аудиторию для показа вакансии в каналах. Бюджет рекламной кампании можно регулировать, исходя из потребностей. Само объявление состоит из 220 символов без картинки и содержит кнопку со ссылкой на подробное описание позиции, условий работы и контакты для связи.

Плюсы: видит только целевая аудитория, доступная статистика, возможность корректировки в любой момент времени, автоматическая маркировка.

Минусы: дорогой вход (значительное вложение еще на этапе заведения личного кабинета), нельзя настроить целевую аудиторию по полу/возрасту.



Кейс: Производственное предприятие, позиция — сборщица/к, з/п 50 000 руб.
Регион: Калуга
Стоимость отклика — 67 руб.

Поиск персонала через Телеграм позволяет расширить воронку рекрутинга, продвигая вакансию на широкую аудиторию через новый формат. Если есть интерес попробовать отдельно этот канал, предлагаем воспользоваться услугой Размещение и продвижение в Телеграм, пробных публикаций будет достаточно для того, чтобы понять, насколько эффективен этот канал для вашей организации.

В эпоху цифровизации рекрутинга Телеграм выделяется как мощный и перспективный канал для поиска сотрудников. Его активная и вовлеченная аудитория, возможность мгновенного общения и высокая степень гибкости делают его идеальным инструментом для современных рекрутеров, стремящихся находить и привлекать таланты эффективно и экономично. Пробуйте новое и выделяйтесь среди конкурентов на рынке труда!

Марина РОМАНОВА.

Подождите минуточку!

Надежда Стренева
Консультант по подбору и администрированию персонала «Рекадро»

Наш клиент — крупная европейская компания, работающая в сфере автопрома — обратилась к нам за помощью в подборе инженера по качеству. Позиция достаточно стандартная, но условия были несколько необычные. С одной стороны, сама компания находилась в небольшом городе и выбор специалистов там был не так велик. С другой — навыки и компетенции сотрудника должны были соответствовать европейским стандартам, на которые равнялась компания. И поскольку специалист на данной позиции должен был принимать участие в онлайн-совещаниях, общаться с партнерами, ввести переписку и так далее — требовалось хорошее знание английского. Но поскольку сама компания располагалась в глубинке — уровень зарплаты предлагался в соответствии с некими стандартными представлениями компании об уровне зарплат по данному региону. Очень сложное сочетание для поиска.

Мы взяли вакансию в работу, отсмотрели достаточно много специалистов, и, наконец, нашли кандидата, который не просто отвечал всем требованиям, но и сам был заинтересован работать в этой компании. Мы прошли несколько этапов интервью, онлайн-собеседование, телефонное интервью и вышли, наконец, на живое собеседование. Оно было назначено на 16 часов. Время со всеми согласовали, но в назначенный час у меня звонит телефон, клиент спрашивает: А где, собственно Татьяна?.. Наша идеальная кандидатка не пришла. Весь генералитет компании сидит и ждет — а ее нет.

Я набираю ее, и оказывается, что от волнения она перепутала время и была уверена, что встреча в 17 часов. И вот уже собирается выходить. Я понимаю, что дорога займет у нее около часа, наступает легкая паника, ведь все может сорваться — для руководителей такого уровня пунктуальность очень важна. Связываюсь с директором по персоналу компании клиента и в завуалированной форме рассказываю, что у Татьяны проблема, она опоздает. Директор по персоналу выходит на главного инженера — то же самое объясняет ему. Главный инженер выходит на генерального директора… и получилось, что они все соглашаются подождать.

В итоге все закончилось хорошо — она вышла на работу, мы поддерживаем с ней связь, я знаю, что она сейчас прошла испытательный срок, работает. А после самого собеседования она мне говорила, что она согласилась выйти на работу именно в эту компанию, потому что увидела, насколько могут быть заинтересованы в людях, насколько готовы идти навстречу работникам.

Мы живем в век скоростей! Мы быстро работаем, мы быстро говорим, мы быстро взаимодействуем. Но иногда, чтобы получить желаемое — нужно остановиться и подождать.

В НАЧАЛО

Кандидат не подходит, но нужно брать

Ольга Заря
Консультант по подбору персонала

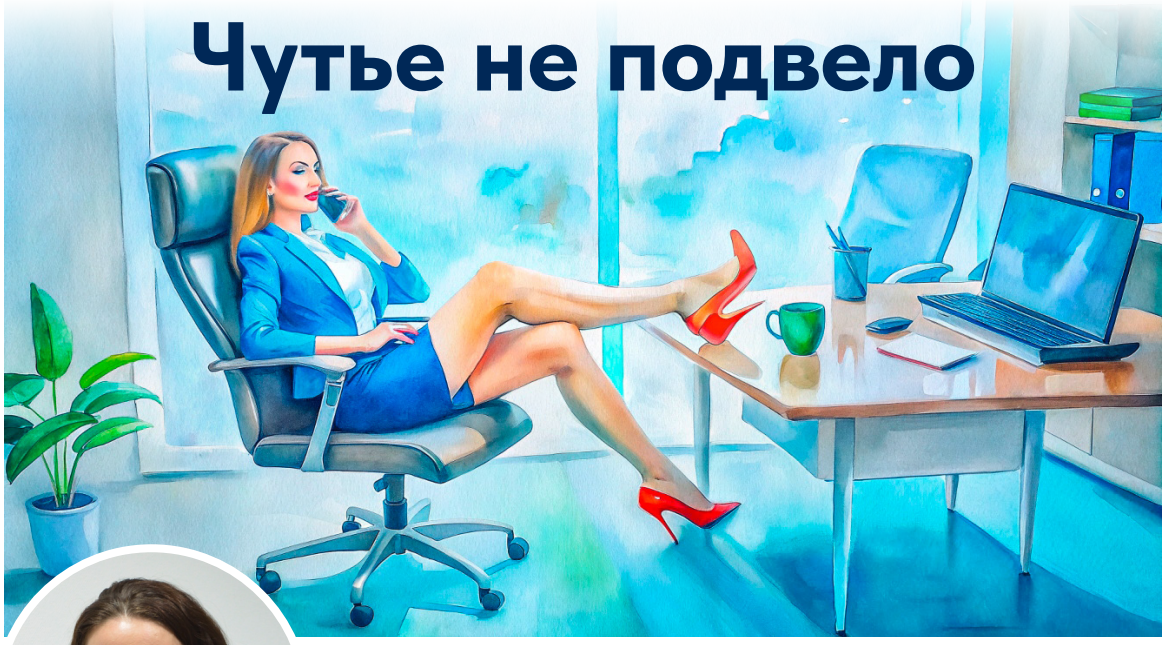
Говорят, что хороший человек – это не профессия. Может и так, но на рынке труда сейчас такая ситуация, что с этим утверждением уже можно спорить. Вот, например, одному из наших постоянных клиентов – компании по изготовлению оконной и дверной фурнитуры - недавно потребовался оператор на штамповку. Требования не то чтобы очень высокие, обращаться со станком научат, но работник должен уметь читать чертежи. В маленьком городке, где расположено производство, людей и так не хватает, а такого кандидата уже можно назвать работником с квалификацией выше среднего.

Одним из первых на вакансию откликнулся молодой – двадцать лет – человек, который совершенно не подходил под заданные требования. Соискатели его возраста часто так поступают: наступила фаза активности, открыли работный сайт - и давай нажимать на все кнопки. Увидел вакансию, понравилась зарплата – отправил резюме. А требования даже не читал… Потом у них наступает фаза покоя, и они не берут трубки или пропускают собеседования. Много раз такое видела. Но в этот раз, пообщавшись с юношей, я поняла, что он толковый. Не пьет, не курит, уверенно говорит, что готов работать – производит впечатление адекватного человека.

Я честно сказала ему: «На эту вакансию вы не подходите, но я попробую узнать, есть ли у них что-нибудь еще». Благо, с этим клиентом мы работаем давно и потребности их я представляю хорошо. В общем, я отправила эйчару его резюме с комментарием типа «Хороший мальчик, посмотрите». И тут же получаю ответ: «Отлично, у нас как раз открылась вакансия на складе».

С одной стороны, это история о том, что если хорошо знаешь клиента, можно предлагать ему сотрудников, предугадывая его потребности, а с другой - о том, что в наше время хороший, вернее адекватный, человек – это уже почти профессия.

Чутье не подвело



Екатерина Горчакова,
консультант по подбору персонала «Рекадро»

Я как рекрутер столкнулась с ситуацией, когда на первый взгляд идеальный кандидат для клиента оказался совсем не тем, кем представлялся на многочисленных интервью. Я видела, что у кандидата отличный опыт, навыки и по требованиям он подходит, но что-то на подсознательном уровне заставляло меня сомневаться, что личные качества кандидата соответствуют ожиданиям клиента.

Ощущение, что что-то не так, сопровождало меня в течение всего процесса подбора: девушка задавала странные вопросы об условиях работы, не всегда охотно отвечала на вопросы — создавалось впечатление, что, устраиваясь на работу, она делает одолжение. Но клиент сомнений не высказывал, и я решила довериться его опыту и видению задач нового сотрудника, а потому провела девушку через все этапы интервью и тестирования. Не без труда, но все было сделано вовремя, и вакансия была закрыта. Но ненадолго. Оказалось, что рекрутерское чутье меня не подвело.

В первый же рабочий день новая сотрудница начала вести себя неадекватно. Серьезно опоздала, задавала странные вопросы, парила вейп прямо в кабинете и стала не таясь смотреть смешные видео с включенным звуком. Не могу добавить больше подробностей, но, по рассказу клиента, это было ужасно. Девушку уволили в тот же день.

Этот случай напомнил мне и коллегам, как важно:

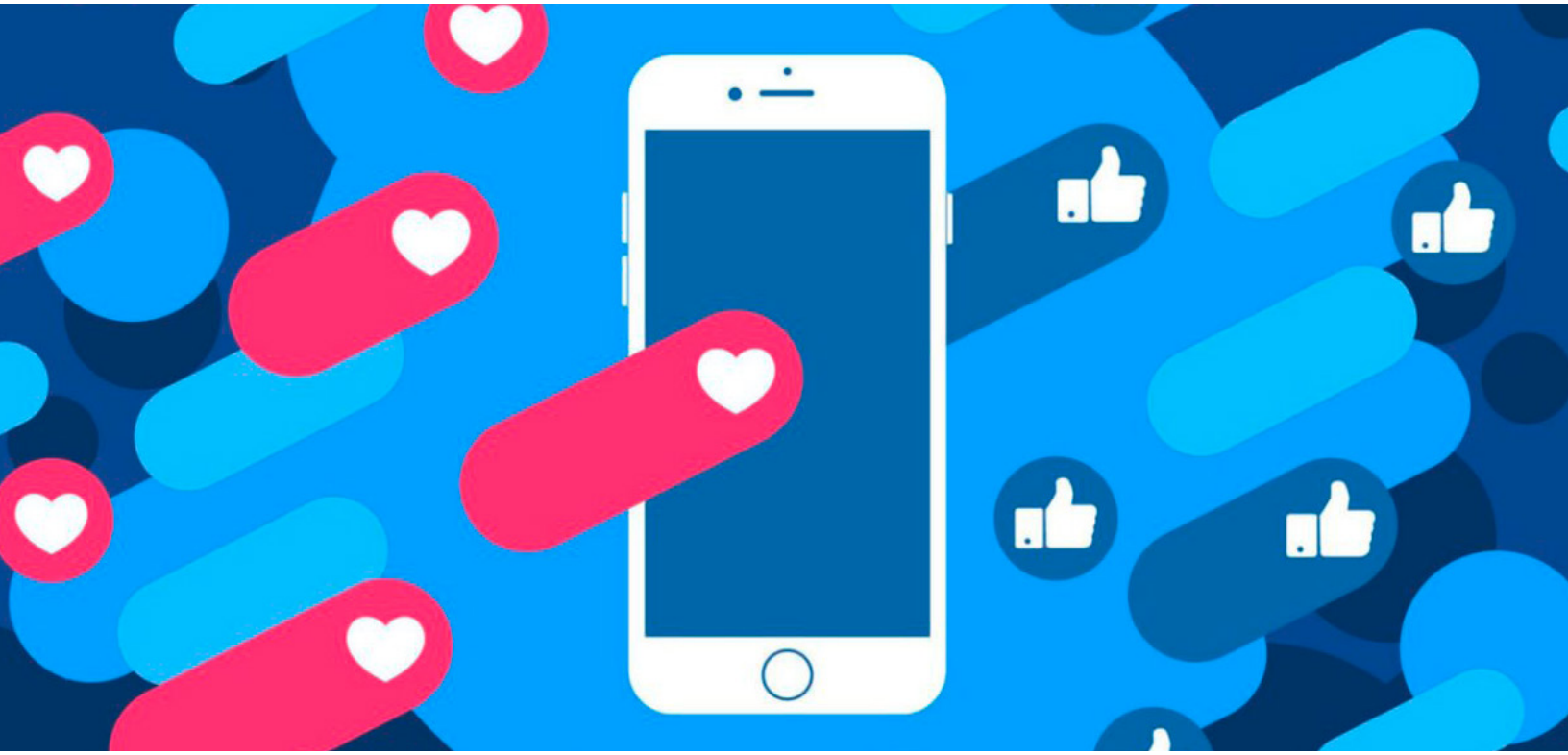
1. Доверять своей интуиции, даже если на первый взгляд все параметры кажутся идеальными;

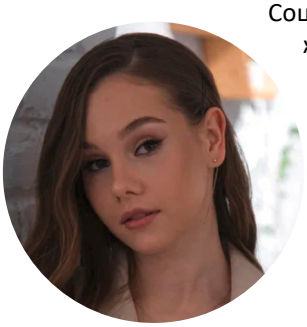
2. Внимательного проверять кандидата и запрашивать рекомендации с предыдущих мест работы на ранних этапах переговоров;

3. Не торопиться с принятием людей на сложные позиции.

В общем, не спешите с отправкой документов в социальный фонд — потяните хотя бы полдня, это может сэкономить вам кучу нервов!

VK Клипы как эффективный способ продвижения вакансий





Анастасия Гельвих,
специалист отдела маркетинга, рекламы и PR Рекадро.

Социальные сети продолжают активно влиять на сферу рекрутинга, внося свои коррективы и предлагая новые способы привлечения соискателей. Среди таких способов VK клипы выделяются как эффективный инструмент в продвижении вакансий. Несмотря на то, что формат таких коротких видео на платформе «ВКонтакте» появился в 2020 году, массовую популярность и вовлеченность пользователей они получили сравнительно недавно.

Что такое эти ваши «VK клипы» и почему эйчару нужно обратить внимание на такой формат продвижения вакансии?

Это короткие видеоролики, которые создаются и публикуются в социальной сети «ВКонтакте». Средняя длительность клипов от нескольких секунд до минуты, в которых передается ключевая информация или эмоциональное воздействие на пользователей. Ни для кого не секрет, что большинство потенциальных соискателей активно используют социальные сети, в том числе и «ВКонтакте». Публикация видеороликов привлекает их внимание и делает информацию о вакансиях более заметной среди огромного объема контента.

В НАЧАЛО

Как создавать интересные и цепляющие ролики?

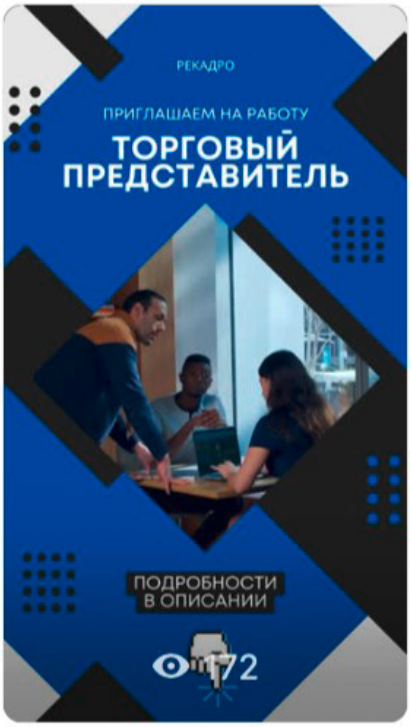
Помимо того, что в самом редакторе видео «ВКонтакте» есть необходимые функции для полноценного формирования ролика, есть и огромное количество популярных приложений и сервисов. Поделимся теми, которые используем именно мы:

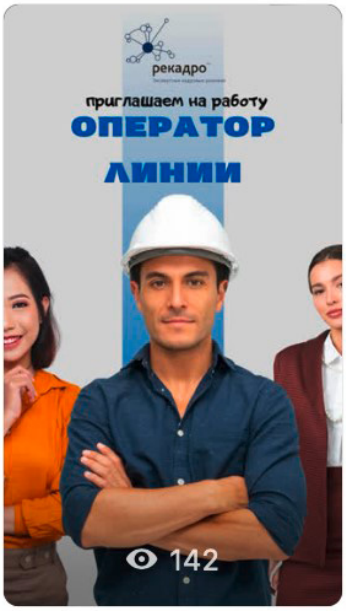
- Одна из самых удобных и широкофункциональных платформ — Canva, которая предлагает большой выбор уже готовых шаблонов и инструментов для творчества и создания контента. Даже в бесплатной версии есть где развернуться;
- Мобильное приложение CapCut, которое имеет богатый функционал для монтажа и обработки видео, интерфейс удобнее и понятен интуитивно.

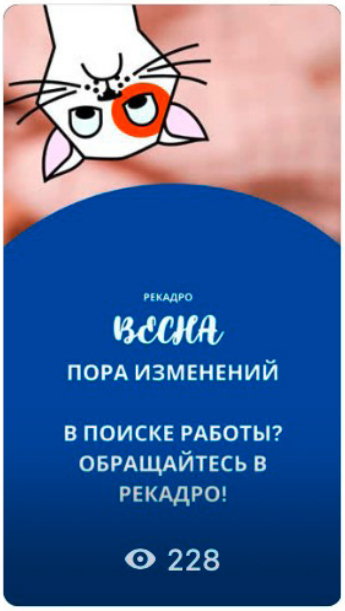
Важно, чтобы информация о продвигаемой вакансии в ролике была изложена **кратко**, поскольку зацепить внимание пользователя необходимо за максимально короткое время. Укажите: названии вакансии, важные условия работы, контактную информацию. **Не стоит уходить в детализацию.** Все подробности оставьте в описании к ролику или же добавьте прямую ссылку на сайт, где заинтересованный кандидат ознакомится с полным описанием.

Экспериментируем с формой подачи контента

Один из ключевых моментов успешного использования VK клипов — это эксперименты. Не стоит забывать, что люди разные, и то, что понравится одному человеку, совершенно не понравится другому. Поэтому различные стили и сюжеты помогут привлечь разнообразную аудиторию и выделиться среди конкурентов. Например, можно использовать разное музыкальное сопровождение, анимацию или даже интерактивные элементы.







Регулярность — признак мастерства

Получить максимальный охват можно и нужно, но важна регулярность публикаций контента. В таком случае алгоритмы «ВКонтакте» сами продвинут ваши клипы и обеспечат частую «выдачу» в ленте пользователей. Ежедневное размещение контента также повысит активность уже имеющихся подписчиков.

Первый шаг — самый важный

Начинать что-то новое страшно и непривычно. Почему бы не обратиться к внутренним ресурсам вашей компании? Сотрудники могут стать активными участниками в процессе распространения клипов, делясь ими среди своих знакомых и друзей. Это не только расширяет воронку вовлеченности, но и улучшает охват целевой аудитории.

Кейс компании Рекадро

С недавнего времени мы внедрили VK клипы в стратегию найма и уже видим положительную динамику. За непродолжительное количество времени мы получили более 60 переходов на сайт и 10 релевантных откликов. Дальше — больше. Кроме того, с помощью данного инструмента мы повышаем узнаваемость бренда среди пользователей «ВКонтакте».

Использование VK клипов как инструмента продвижения вакансий дает возможность компаниям привлекать квалифицированных кандидатов, увеличить узнаваемость бренда и поддержать интерес аудитории. Однако успех будет зависеть от регулярности и эффективности использования.

Всё течет, всё меняется. На пульсе заработных плат

О гонке зарплат не слышал сегодня только очень везучий эйчар. «Инфляция» зарплат вынуждает предприятия постоянно следить за рынком, держать руку на пульсе.

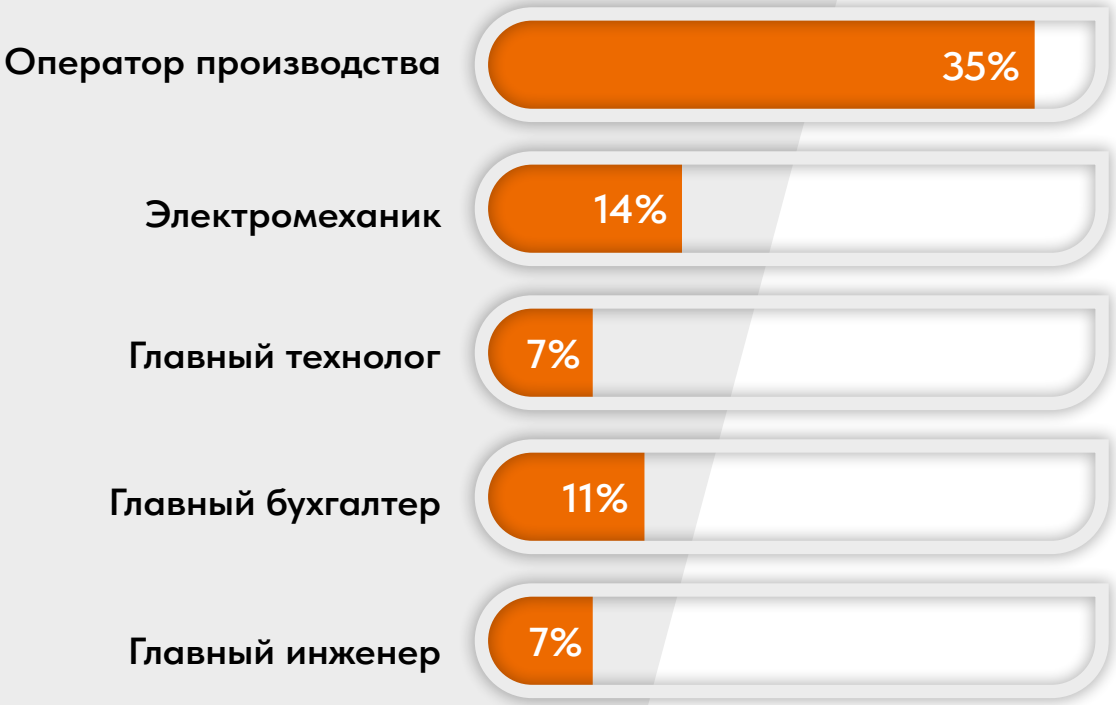
Исследовательский центр Рекадро дает предприятиям данные, которые помогают решить эту задачу, и за прошедший год мы поняли несколько важных вещей, которыми я хотела бы с вами поделиться.

Всегда «начеку»

Раньше предприятия обращались к нам за исследованиями рынка заработных плат, льгот и компенсаций один раз в год — перед ежегодным пересмотром заработной платы. Мы оценивали рынок конкурентов на рынке труда, выдавали статистические таблицы с рекомендациями и представляли клиенту рекомендации по мотивации сотрудников на предстоящий год. В 2023 году мы вместе с клиентами были фактически вынуждены перейти в формат «пульс-исследований». Даже в одном и том же регионе по одной и той же позиции ситуация меняется ежемесячно: в сентябре оператор линии зарабатывал в среднем 77 000 рублей, в октябре — уже на 11% больше. Одно из крупных предприятий региона серьезно повышает зарплату в конкуренции за персонал — и уже картина на рынке совсем другая.

В НАЧАЛО

Динамика зарплат январь-декабрь 2023, индустриальный сектор Калужской области



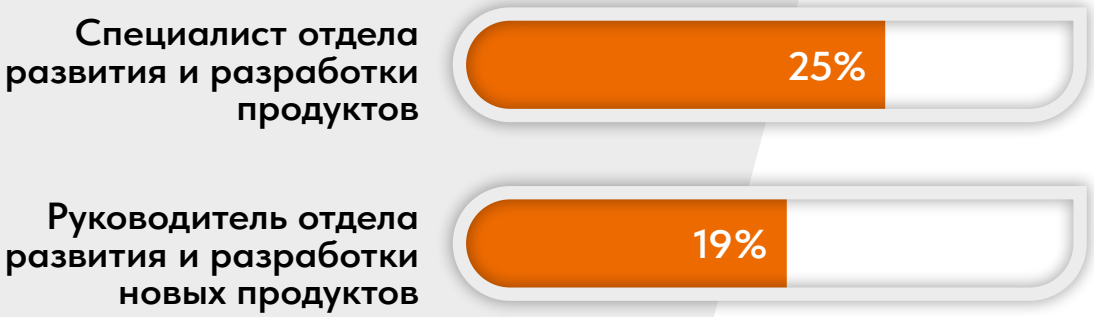
Меняется и картина лидеров рынка: часто компания, которая всегда славилась высокой заработной платой, опускается ниже медианы, если не следит за ситуацией вовне и уверена в своем высоком положении. Только потеряв до 20% персонала, руководство открывает глаза на внешний мир.

Меняются подходы к структуре вознаграждения: с одной стороны, переработки и трехсменный график на предприятиях ОПК позволяют сотрудникам зарабатывать в разы больше средней по рынку фиксированной заработной платы, с другой — растет базовая часть заработной платы, например, у сотрудников сферы продаж, чтобы обеспечить стабильность дохода в постоянно меняющихся условиях и удержать ключевых продавцов.

Семь раз отмерь и один раз посмотри на правильный разрез

Сколько получает инженер-конструктор в вашем регионе? Смотря какой… Да и какая разница, если вам нужен специалист из автомобильной промышленности, а в вашем городе таких компаний всего две, одна из которых ваша? При анализе рынка важно правильно подобрать выборку: кто будет донором для вас при открытии подобной вакансии? Иногда лучше посмотреть отраслевой разрез по всей стране или конкретному федеральному округу, а иногда — по предприятиям, стоящим рядом с вами, с которыми вы конкурируете за конкретных специалистов.

Динамика зарплат R&D май 2022 — январь 2024, пищевая промышленность ЦФО



Компании всё больше практикуют грамотный, точечный подход к аналитике, используя инструмент исследований рынка для решения конкретных задач. Очень четкое определение круга конкурентов помогает сделать исследование максимально практичным: если я хочу «переманить» людей отсюда — я точно знаю, сколько мне нужно платить и что включать в пакет льгот и компенсаций.

Соцпакеты: из гармонии в гармошку

Кстати о соцпакетах. Рост затрат на заработную плату не мог не сказаться на предоставляемых льготах: всё чаще компании практикуют индивидуальный подход, сжимая базовый набор социальных льгот, урезая составляющие льготы: часть компаний уменьшили объем или сумму услуг в предоставляемом ДМС, какие-то льготы стали встречаться реже (занятия спортом, добровольное страхование жизни), однако в регионах с особенно конкурентным рынком труда предприятия вынуждены держать планку.

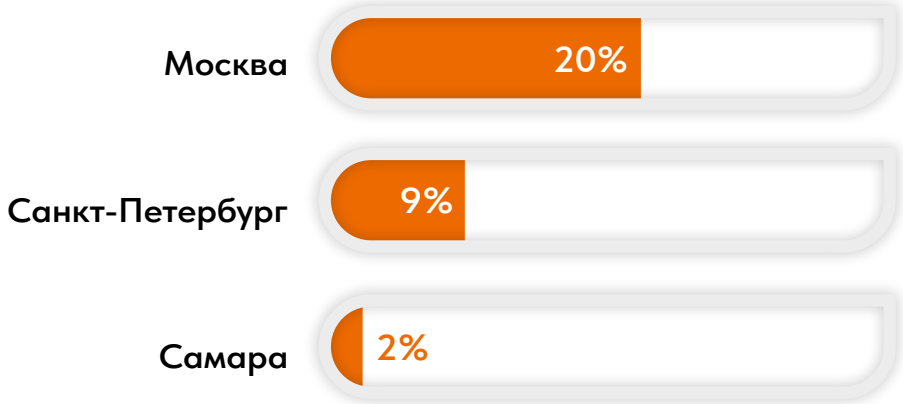
Не смотрим на ожидания

Точнее, смотрим и ужасаемся. Но принимаем их во внимание со значительной скидкой: продавец товара всегда реагирует на ажиотаж поднятием цены, а реальная мотивация может быть совершенно иной: близость к дому, удобство транспортной развязки, отсутствие физической нагрузки. Один из наших клиентов был удивлен, обнаружив свою заработную плату на уровне рынка: «Но почему тогда к нам не идут люди?». К сожалению, одной зарплаты не всегда достаточно для удержания сотрудников сегодня. Нужны условия труда, образ команды и четкое позиционирование: «Эта работа для меня, потому что…» Но да, при привлечении сотрудников стоит иметь в виду и зарплату значительно выше медианы — удержать все-таки дешевле.

Имидж и жажда

Работая над исследованиями рынка труда, мы в том числе проводим анализ открытого рынка, и — наконец-то — с удовольствием отмечаем, что в большинстве вакан-

Динамика дохода «пеший курьер» июнь — сентябрь 2023, дарксторы и службы доставки



сий появились контакты рекрутеров. Если раньше специалист мог претендовать на вакансию только откликнувшись на работном сайте и ожидая, когда наконец эйчар доберется до его резюме, то сейчас — доступ к работодателю чаще всего открыт. Но это еще не всё… Анализируете ли вы рекрутинговые процессы, проводите акцию «тайный соискатель»? Нет? Тогда пора: без умения выстроить диалог, «продать» вакансию кандидату успешный найм сегодня очень затруднен. Научиться техникам и этапам продаж и умению слушать — профессиональный минимум специалиста, который взаимодействует с кандидатами на входе.

В сухом остатке можно отметить, что сегодня держать руку на пульсе рынка труда необходимо любому предприятию. Если у вас нет бюджета на исследования, делайте это самостоятельно: как минимум, подпишитесь на вакансии конкурентов и фиксируйте изменения в предложениях, выясняйте у кандидатов, с чем связаны их зарплатные ожидания, спрашивайте у сотрудников о востребованности льгот в социальном пакете, проводите качественные выходные интервью и смотрите на свою компанию глазами рынка. Широко открытыми глазами.

Евгения МАКСИМОВА

рекадро™
Экспертные кадровые решения

Освещаем рынок труда

Аналитика заработных плат, льгот
и компенсаций под вашу задачу

8 800 700 58 38 | info@rekadro.ru | Оставить заявку на сайте

Видео в текст:

технологии искусственного интеллекта для расшифровки видеоконтента

В эпоху цифровых технологий скорость получения и обработки информации играет ключевую роль. Уже никого не удивишь мгновенной загрузкой веб-страниц или стримингом видео в высоком качестве. Современный человек стремится максимально эффективно использовать свое время, в том числе при поиске или изучении информации. Поэтому на передний план выходят сервисы на базе искусственного интеллекта, способные существенно упростить работу с большими объемами данных, представленных в том числе в видеоформате.

В НАЧАЛО

Как работать с видео, чтобы быстро получить из него нужную информацию?

Можно, конечно, просмотреть его на высокой скорости воспроизведения… Но трата времени будет значительная. Чаще всего недостаточно просто просмотреть видеоролик, нужно зафиксировать важную информацию и использовать её в дальнейшей работе. Поэтому на помощь приходят два инструмента: «транскрибация» видео и создание его «саммари».

Сначала давайте разберёмся в понятиях.

Транскрибация видео — *это процесс преобразования аудиодорожки видео в текстовый формат. Это позволяет читать содержание видео вместо того, чтобы смотреть его.*

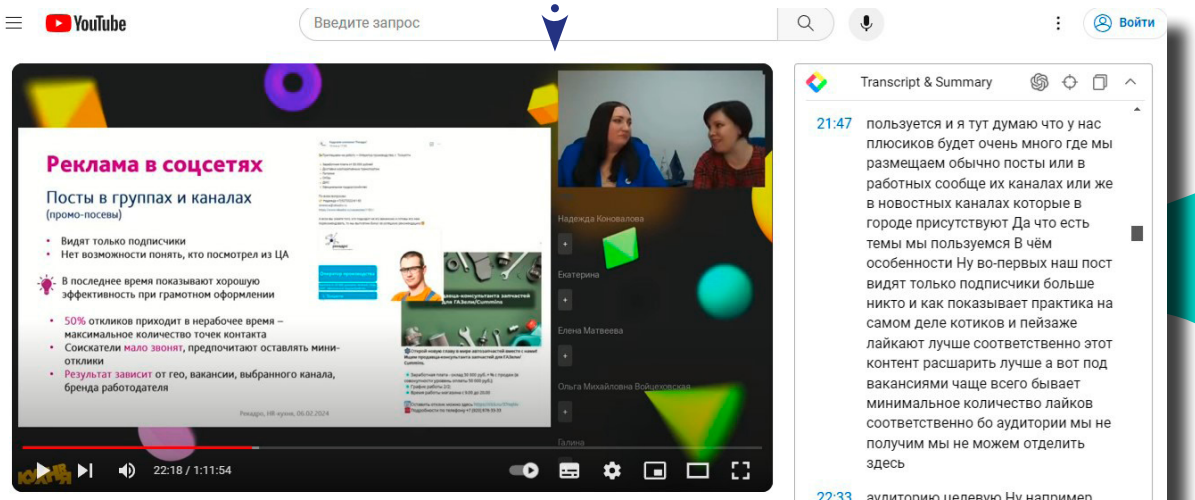
Саммари видео, или видеореферат — *это короткая версия оригинального видео, которая включает в себя только ключевые моменты и основную информацию, исключая второстепенные детали. Это инструмент, который позволяет быстро ознакомиться с основным содержанием длинного видео без необходимости просматривать его полностью.*

На данный момент существует множество программ, которые используют технологии искусственного интеллекта (ИИ) для транскрибации и саммари видео.

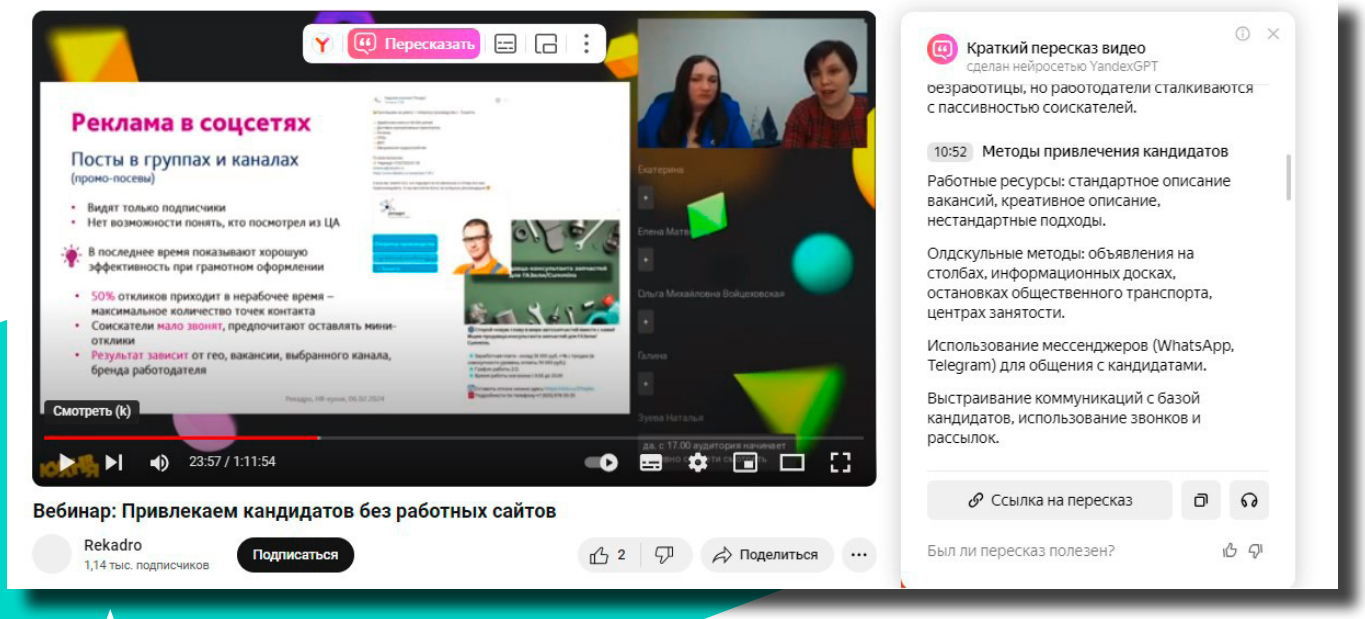
Сервисы, встроенные в браузеры

Одним из примеров является расширение для браузеров Google Chrome и Safari — **YouTube Summary** with ChatGPT/Glasp, основанное на возможностях ChatGPT. С его помощью можно в несколько кликов получить краткое содержание видеоматериалов на YouTube. Для получения транскрибации видео нужно включить расширение, открыть нужное видео и нажать на Transcript&Summary. Появится текст видео с тайм-кодами. Для получения саммари нужно нажать на кнопку «View AI Summary» — и транскрибация видео будет отправлена в ChatGPT.

Seedz.ai — телеграм-бот и расширение, которое работает с видео на YouTube. Автоматически создает краткое содержание видео.



Привлекаем кандидатов без работных сайтов: реклама вакансий, которая работает



В Яндекс браузер уже встроен инструмент для краткого пересказа видео, этот инструмент основан на YandexGPT. Для получения текста видео нужно открыть видео в браузере, подвести курсор к верхнему полю — и появится надпись «Пересказать», нажимаем и получаем с правой стороны краткий текст из видео с тайм-кодами.

Специализированные программы

Появляется множество программных продуктов, которые производят транскрибацию видео, а затем делают саммари. Эти программы могут работать как с загружаемым видео, так и подключаться к платформам — Zoom, Google Meet, Teams и другим.

Например, мы пользуемся сервисом Tldv.io. Он помогает пользователям записывать, расшифровывать, обрезать и делиться своими онлайн-встречами через Google Meet и Zoom. Он также поддерживает расшифровку и обобщение встреч с использованием искусственного интеллекта на более чем 20 языках. Сервис может автоматически записывать сессии в Zoom, Google Meet и Microsoft Teams и генерировать точные транскрипты встреч с распознаванием речи.

Вжух — и список задач с ответственными и сроками по итогам планерки готов!

Транскрибация и создание саммари видео применяется для решения нескольких задач:

1 Изучение и анализ информации в видео-формате

Экономит время, улучшает доступность материала, особенно если видео на иностранном языке. Транскрибированный текст позволяет быстро найти интересующую информацию, выделять и копировать важные моменты.

Можно использовать в образовательных целях, для лучшего усвоения информации, составления конспектов.

Саммари позволяет быстро узнать основное содержание видео, не тратя время на просмотр всего материала. При этом информация становится более доступной, особенно если есть ограничения во временном ресурсе.

2 Фиксация итогов и договоренностей на видео-встречах

Не нужно отдельно записывать итоги, сервисы с ИИ зафиксируют содержание встречи, краткие выводы и договоренности.

3 Анализ видео-резюме

Через сервисы мы сразу можем получить текст и проанализировать его, это будет быстрее, чем просмотр видео. ИИ поможет оценить, насколько кандидат подходит под должность.

Внедрение искусственного интеллекта в процесс работы с видеоинформацией открывает новые возможности для повышения эффективности обучения, исследований и ведения бизнеса. Рекомендуем пользоваться!

Анна МАРКИНА

В НАЧАЛО

Мерч в руках эйчара: мерчендайзинг и мотивация

Согласно “Рамблер”, к 2023 году расходы отечественных предприятий на брендированную продукцию составили около 70 млрд. руб. Мерч становится не просто элементом маркетинга: он становится частью стратегии управления персоналом. О том, почему бюджеты на мерчендайзинг растут, на что влияет мерч, что необходимо учитывать при создании брендированного продукта, рассказывает Владимир Мазур, CEO компании “Portobello”

Влияние мерча

Мерч влияет на сотрудников, их мотивацию и позиционирование компании. Давайте разбираться, как именно: внутренний мерч для работников компании — это брендированные товары и предметы, созданные специально для персонала. Как правило, это футболки или другая одежда, кружки, пеналы, блокноты и аксессуары, которые могут использоваться сотрудниками в рабочих целях и в повседневной жизни.

Основная цель предоставления сотрудникам мерча заключается в укреплении корпоративного имиджа компании, повышении их лояльности и преданности работе. Помимо этого, мерч может использоваться как одна из форм мотивации и поощрения персонала и может преследовать следующие цели:

В НАЧАЛО

- **повысить уровень удовлетворенности работой;**
- **привлечь новых сотрудников и удержать таланты;**
- **улучшить коммуникацию и внутрикорпоративную культуру.**

К сожалению, вопрос распространения мерча среди сотрудников во многих компаниях часто поднимают просто “для галочки”. Иногда сотрудникам дарят некачественный мерч, иногда — абсолютно бесполезный, а бывает и такое, что всему коллективу дарят одни и те же одинаковые канцелярские наборы. Такой подход, конечно, не всегда способен обрадовать команду.

Как правило, мерч можно использовать в качестве своеобразной рекламы, “рупора” ценностей вашей компании и коллектива: в таком случае он становится не просто броской футболкой или кружкой, а вашим рекламным баннером и визиткой в доме вашего сотрудника, на улице, внутри автобуса, такси, в офисе и кабинете. Поэтому вопрос в правильном выборе мерча для своих сотрудников, который они хотели бы использовать, — одна из важнейших задач эйчара.

Часть корабля — часть команды?

Причины роста бюджетов эйчара на мерч кроются в том, что многие вопросы создания и распространения брендированных вещей “перекочевали” из отделов маркетинга в отделы управления персоналом. Компании, корпорации, предприятия, госучреждения, общественные организации и даже правоохранительные ведомства все чаще задумываются о создании внутри коллективов элементов поощрения в виде брендированной продукции, так как мерч — это и реклама, и элемент “тимбилдинга”, и элемент поощрения и поддержания мотивации. Говоря о последнем пункте, именно мерч может стать идеальной частью мотивации сотрудника.

Повышение популярности данного направления в эйчар заключается в том, что мерчандайзинг в качестве способа продвижения компании обладает рядом преимуществ:

1. Дает сотруднику возможность почувствовать принадлежность к команде и компании — ношение мерча с логотипом или девизом компании создает ощущение принадлежности к определенному сообществу и команде. Это может быть мощным мотиватором, поскольку сотрудники нередко стремятся быть частью чего-то большего и важного.

2. Укрепляет бренд и связь с клиентами, ведь когда сотрудники используют мерчандайзинговые товары в повседневной жизни, они создают возможность продвижения бренда компании, привлечения новых клиентов и поддержания связи с существующими клиентами.

3. Повышает самооценку, так как предлагая сотрудникам бесплатные или скидочные мерчандайзинговые товары, компания выражает свою благодарность и признание. Это может помочь повысить самооценку сотрудника и дать ему уверенность в том, что его работа важна и ценна для организации.

4. Вызывает гордость у сотрудников, которые хотят быть связанными с таким брендом или продуктом. Это может стать источником мотивации для выполнения работы на высоком уровне и привнесения успеха в организацию.

Однако не следует забывать, что эффективность использования мерчандайзинга в качестве мотиватора может зависеть от конкретных условий и характеристик компании и ее сотрудников. Сейчас тренд таков, что мерч — полезный инструмент для создания единства и командного духа: когда команда сотрудников носит одинаковую мерчандайзинговую одежду или использует товары с брендом компании, вместе они репрезентуют компанию и стремятся к общей цели, что может стать мощным мотиватором для достижения успеха.

Немного практических рекомендаций:

Каждый эйчар должен понимать несколько ключевых аспектов:

Мерч должен быть актуальным — следите за популярными людьми, громкими событиями, мемами, обсуждаемыми темами. Удачная шутка, цитата или мем на актуальную тему — ваша козырная карта в разыгрываемой рекламной партии и — одновременно с этим — гарантия того, что ваш продукт как минимум привлечет внимание и повысит шансы понравиться сотрудникам.

Функциональность = заявка на успех: ни один человек не будет использовать бесполезную для себя вещь: красивую передарит, некрасивую — выкинет или опять передарит, но использовать точно не будет. Бессмысленно дарить сотрудникам целлофановые пакеты-маечки в качестве самостоятельного подарка (а такое на заре мерчандайзинга бывало) — это вызовет в лучшем случае улыбки, а в худшем — настроит против вас коллектив, потому что это может быть воспринято как издевка. Задумывайтесь, создавая мерч, о том, будут ли ваши коллеги носить или использовать его? Стали бы вы сами носить или использовать такой предмет? Обязательно спросите мнение кого-нибудь из коллег, так как человек субъективен и иногда совет со стороны будет полезен.

Качество — обязательно: нерабочая брендированная зажигалка будет беспощадно выброшена, а непишущая ручка составит ей компанию. Безразмерная футболка последние дни встретит где-нибудь на даче, так и не успев ничего прорекламировать, а нелепая термокружка отправится в коробку с хламом на балконе. Помните: мерч может стоить дорого или дешево, но он должен быть качественным. Конечно, все вышеприведенные примеры были приведены с небольшой долей иронии, однако создавая что-то для своих коллег, задумывайтесь, станет ли ваш продукт следующим в списке неиспользуемых товаров из-за посредственного качества

Последний важный фактор — дизайн, шрифты, подбор цветов — индивидуальны для каждой компании. Хороший визуальный эффект стоит очень много: если дизайн ваших изделий продуман до мелочей, отвечает требованиям времени и специфике предприятия, значит вы смогли добиться хорошего результата в сравнении со многими компаниями и учреждениями.

И помните: брендированный предмет — отличный инструмент как в руках эйчара, так и в руках маркетолога, но он также должен быть отличным инструментом в руках вашего сотрудника.

Анонсы мероприятий II квартала 2024 года

2 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — Цифровая трансформация 2024

9-10 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Санкт-Петербург — Глобальный HR-Форум Персонал Экспо

11-12 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — Конференция «БИТВА ЗА IT-ТАЛАНТЫ | HR IT & TEAMLEAD»

16 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — практическую-кейс конференцию C&B DAY | Материальная и нематериальная мотивация

17 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — Конференция «HR IT Day»

18 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — Одиннадцатая конференция «Кадровый ЭДО: цифровизация на практике»

22-23 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

г. Москва — IX международная бизнес-премия и конференция по управлению персоналом WOW!HR 2024

24 АПРЕЛЯ 2024 Г.,

Москва — Конференция HUMAN ОБУЧЕНИЕ

23 МАЯ 2024 Г.,

г. Москва —конференция IC DAY | Корпоративная культура и внутренние коммуникации

23-24 МАЯ 2024 Г.,

г. Москва — Internal Communications Force 2024

31 МАЯ 2024Г.,

г. Москва — TechRec 2024: AI & HR

6-7 ИЮНЯ 2024 Г.,

г. Москва — IV Всероссийский практический форум «Организационное развитие 2024»

14-15 ИЮНЯ 2024 Г.,

г. Санкт-Петербург — HR API 2024

18 ИЮНЯ 2024 Г.,

г. Москва — практическая кейс-конференция HR IT DAY | IT-таланты: как привлекать, развивать и удерживать

«HR-мудрость» — сетевое издание | Издатель: ООО «Рекадро» | Главный редактор Евгения Максимова
Над номером работали: Иван Романов, Анна Маркина, Анастасия Гельвих, Екатерина Горчакова, Ольга Заря, Надежда Стренева, Марина Романова.
Верстка: Андрей Слободяник.
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

В НАЧАЛО