B2Blogger.com
маркетинг для бизнеса

http://b2blogger.com/pressroom/release/5478.pdf

HR-бренд, как инструмент в войне за кадры.

13 November , 2007 - HeadHunter::Санкт-Петербург | Просмотров: 1031
Работа и Трудоустройство Интернет Маркетинг, Реклама и PR

В рамках мероприятий, предшествующих вручению премии «HR-Бренд Года», компания HeadHunter::Санкт-Петербург организовала и провела круглый стол на тему: «HR-брендинг или как победить в войне за таланты?».

В рамках мероприятий, предшествующих вручению премии «HR-Бренд Года», компания HeadHunter::Санкт-Петербург организовала и провела круглый стол на тему: «HR-брендинг или как победить в войне за таланты?».

В дискуссии приняли участие руководители кадровых служб крупнейших компаний Северо-Запада, наиболее активно работающие со своим имиджем работодателя: «Атлант-М» в Санкт-Петербурге, «КИТ Финанс», «Кировский завод», «Элкотек», «Эксперт-Система», СЗНК, «I-FREE», «Максидом», «Bercut», EMC, «Форд Мотор Компани», «Асфальтобетонный завод №1», «Строймонтаж», а также представители кадрового дома «Кочубей».

Гонка окладов в отраслях, где наблюдается кадровый дефицит, а следовательно, идет борьба за специалистов, проходит. Ресурс этой гонки исчерпан, как в самое ближайшее время будет исчерпан и ресурс гонки компенсационных пакетов. В борьбе за квалифицированные кадры сами работодатели «перегрели» рынок и, зачастую, работодатель платит кандидату больше, чем он стоит на самом деле. Старые инструменты не дают былого эффекта, в связи с чем возникает потребность в поиске новых эффективных методов борьбы за таланты, наиболее перспективным из которых становится HR-брендинг, т.е. формирование имиджа компании как привлекательного работодателя. «Важной тенденцией рынка является активное сотрудничество HR-директоров с ключевыми департаментами компании в рамках продвижения бренда компании в целом и усиления HR-бренда компании», - отметила директор компании HeadHunter::Санкт-Петербург Юлия Сахарова.

В ходе развернувшейся дискуссии представители компаний обсудили актуальность самой темы «HR-брендинга»: является ли он тем инструментом, который может реально помочь компаниям в работе на рынке труда. Обсуждался инструментарий, который может предоставить отделу персонала маркетинг, реклама и PR, а также вопросы взаимодействия различных департаментов компании в процессе формирования и работы с hr-брендом.

Наталья Танчук, HR-директор компании «Элкотек»: «Имидж компании как работодателя это нечто большее, чем реклама с целью привлечения потенциальны кадров, это более широкое понятие, проистекающее из корпоративной культуры, этот вопрос выходят за рамки HR-а, этим должны заниматься все топ-менеджеры компании. Все они должны со своей стороны транслировать ценности компании, которые в глазах окружающих, партнеров сотрудников, кандидатов формируют цельный образ».

Горячую дискуссию вызвал вопрос о том, что первично: внешний, публичный бренд компании или ее HR-бренд. «HR-брендинг является частью просто бренда» - считает **директор департамента по работе с персоналом «Кит-Финанс» Борис Сопоцько.** Не согласилась с ним **Наталья Танчук** : «Сначала рождается философия компании, объединяются люди, и уж потом они уже развивают стратегию, маркетинг, брендинг и т.д.. HR-брендинг – это путь донесения этой философии людям, которые находятся как внутри компании, так и вне ее».

В заключение, участники встречи отметили своевременность поднятых вопросов.

Ольга Коршунова начальник отдела персонала СЗНК: «Согласно исследованиям, в сравнении с 80-ми годами значение имиджа компании в ее капитализации выросло с 20 до 85% и продолжает увеличиваться».

Надежда Боброва, директор отделения управления персоналом «Атлант-М» в Санкт-Петербурге: «HR–бренд нужно рекламировать, сделать его рупором для внешней среды».

Присутствующие сошлись на том, что тема HR-брендинга – чрезвычайно многогранна и необходимо дальнейшее обсуждение ее отраслевых аспектов и инструментария, что поможет профессионалам в эффективной работе по привлечению и удержанию ценных сотрудников в условиях кадрового дефицита.

Дополнительная информация:

Алексеев Егор, менеджер по маркетингу и PR HeadHunter::Санкт-Петербург

pr@spb.hh.ru