

Бренд работодателя как инструмент привлечения и управления талантами

Коробова Елена Николаевна, Гончаров Денис Сергеевич

Витебский государственный технологический университет, г. Витебск, Беларусь
denisgoncharov98@yandex.by

Аннотация

В статье проанализированы подходы к формированию привлекательного HR-бренда работодателя. Изложены преимущества каждого метода и возможности их реализации. Результатом исследования является приведение международных тенденций по управлению персоналом за 2019 год. Рассмотрен один из современных и стратегически важных каналов по созданию обратной связи между потенциальным работником и работодателем.

Ключевые слова: бренд, работодатель, рекрутинг, канал.

Правильный подход к построению качественного и узнаваемого бренда в современной экономической и социальной жизни основан на работе с сотрудниками и их успешным рекрутингом.

Ключевым элементом и «проводником» бренда работодателя являются работники компании. И это не просто элемент организации, а инструмент эффективности и реализации стратегий.

Современная кадровая ситуация на рынке труда выстраивает HR-брендинг компаний таким образом, чтобы привлечь талантливую группу сотрудников, которые формируют интеллектуальное «ядро».

Наше исследование компании-бренда базируется на четырех основных каналах по созданию привлекательности бренда – это социальные медиа, контент компании, карьерный сайт и адвокаты бренда (рисунок 1).



Рисунок 1 – Стороны привлекательности бренда

Социальные медиа примечательны тем, что они являются многофункциональным каналом для выстраивания привлекательного HR-бренда. Преимуществом этого универсального метода является возможность постоянного прироста аудитории. Любой работодатель может создавать, вести и обновлять карьерную страницу с необходимым наполнением и публикацией вакансий в открытых целевых группах.

Контент компании – идеальный способ привлечения внимания аудитории к необходимой для работодателя информации. Данный канал включает в себя всю визуальную информацию, которая сопровождается фотографиями, видео и прочим. Активное использование социальных медиа-инструментов в этом направлении только способствует привлечению новых сотрудников [1].

Выход на новый уровень развития компании или его конкретного направления всецело зависит от талантливого «ядра». Для формирования талантливого персонала многие мировые компании пересмотрели или начинают пересматривать политику отбора кадров. Международные тенденции по управлению персоналом продемонстрированы на рисунке 2.

Международные тенденции в HR-брендинге в 2014-2019 годах

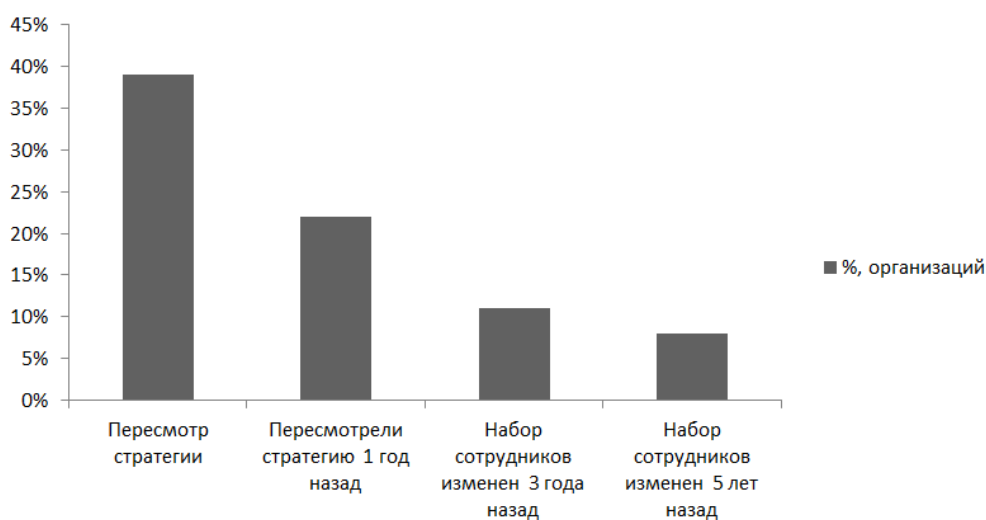


Рисунок 2 – Международные тенденции в HR-брендинге в 2014–2019 годах [2]

Таким образом, можно сказать, что подбор и управление талантами – это мобильный и практически новый инструмент развития организации.

Создание устойчивой обратной связи между работником и работодателем – сложный процесс, так как у каждой стороны есть особенности и требования, но современный грамотный HR-специалист обязан найти точки соприкосновения и преимущества для обеих сторон.

Существует еще один стратегически важный канал по выстраиванию HR-бренда путем взаимодействия с внутренними и внешними клиентами, в роли которых могут выступать как сотрудники компании, так и клиенты, партнеры. Примером такого современного направления является сайт-портал *inplace*, который рассказывает об атмосфере внутри компании, жизни в коллективе, отношениях между сотрудниками на работе и после нее. Здесь основа выбора работника или стажера – корпоративная культура и атмосфера организации.

На данном ресурсе множество статей от работодателей, где подробно описаны спецпроекты компаний и возможности участия в них. Благодаря такому сервису очень легко найти такие ивенты, как «ярмарка вакансий» и «день карьеры». Эффективность заключается в том, что данные таких мероприятий есть от каждой организации, которая зарегистрирована на *inplace*.

Литература

1. Международные тенденции в сфере управления персоналом в 2017 году [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/HC_Trends_2017_Russian_Federation.pdf. – Дата доступа: 22.03.2020.
2. Global Human Capital Trends 2014–2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/human-capital/arg_hc_global-human-capital-trends-2014_09062014%20\(1\).pdf](https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ar/Documents/human-capital/arg_hc_global-human-capital-trends-2014_09062014%20(1).pdf). – Дата доступа: 19.03.2020.