

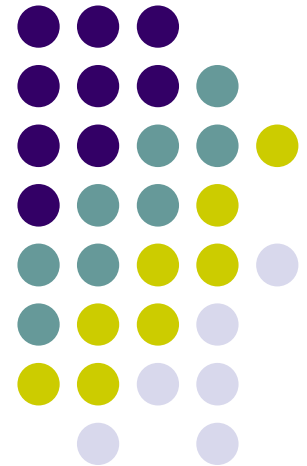
# Поиск работы в цифровую эпоху

Кратович Павел Валерьевич

помощник ректора по ИТ  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

E-mail: [Kratovich.PV@tversu.ru](mailto:Kratovich.PV@tversu.ru)

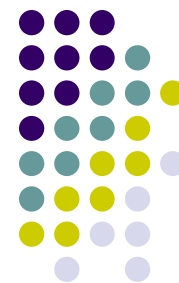
20 февраля 2019 г.





# Основные тенденции

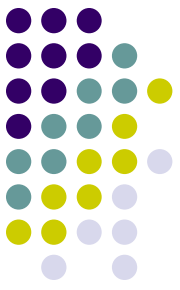
- **HR-брендинг** — позиционирование работодателя на рынке;
- **HR Digital** — переход рекрутинга в цифровую среду;
- **Design thinking** — когнитивный подбор персонала;



# HR-брендинг

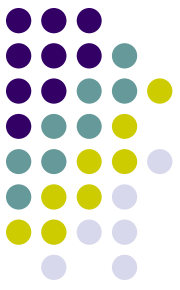


Каналы брендинга



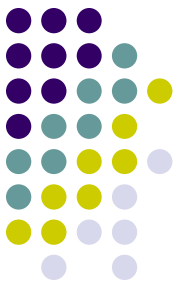
# Каналы брендинга

- **Социальные медиа (социальные сети)** – универсальный инструмент с наибольшим охватом разновозрастной и разноцелевой аудитории;
- **Карьерный сайт** - инструмент для создания привлекательного имиджа компании для соискателей и сотрудников путем демонстрации уникальности корпоративной культуры компании и ее ключевых особенностей, интересных предложений и программ, действующих в компании;



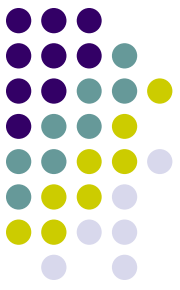
# Каналы брендинга

- **Размещение контента на сторонних ресурсах** - рекламирование компании среди потенциальной аудитории в выступлениях, комментариях и экспертных статьях;
- **Сайты для поиска работы** позволяют использовать нестандартные подходы к содержанию вакансии для создания привлекательного предложения для кандидатов с применением современных цифровых технологий;



# Каналы брендинга

- **Ярмарки вакансий и дни открытых дверей** - канал живого общения и привлечения молодых перспективных специалистов нужной специализации;
- **Визуальный контент** — идеальный способ привлечения внимания аудитории к необходимой для работодателя информации с использованием фотографий, рисунков, схем, видеороликов, графического дизайна, логотипов, скриншотов и т.п.)



# Каналы брендинга

- **Адвокаты бренда** — это стратегический канал выстраивания HR-бренда внутри компании путем взаимодействия с внутренними и внешними клиентами, в роли которых могут выступать как сотрудники компании, так и внешние кандидаты, клиенты, партнеры, подрядчики и т.д.
- **Реферальные программы** предназначены для ускоренного закрытия вакансий и поиска кандидатов с помощью сотрудников компании;



# Примеры

<http://changellenge.com> — платформа, изначально представлявшая собой кейс-сообщество предлагает работодателям набор инструментов для построения HR-бренда и поиска потенциальных сотрудников среди выпускников вузов;

<https://icanchoose.ru/> — инновационная быстрорастущая платформа для поиска работы, которая рассказывает молодым специалистам и опытным профессионалам о работодателях;

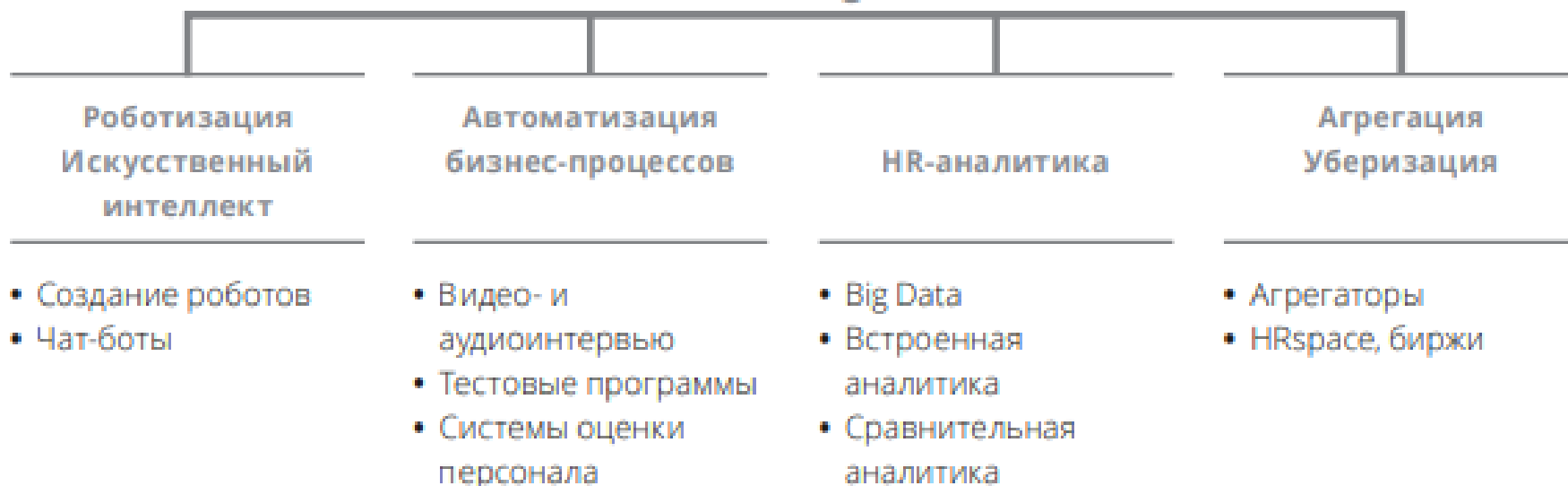
<https://www.glassdoor.com> — кадровый портал, целью которого является предоставление соискателю правдивой и точной информации обо всех условиях работы в той или иной компании;

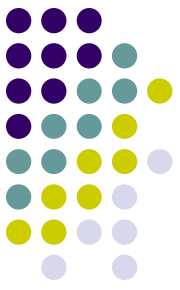


# HR-digital



## HR Digital





# HR-digital

**Искусственный интеллект и роботизация** — одни из наиболее перспективных направлений развития современного рынка подбора персонала.

**Робот-рекрутер** связывается с кандидатом по аудио- либо видеосвязи, ведет диалог по заранее разработанному алгоритму (задает открытые и закрытые вопросы) и записывает ответы.

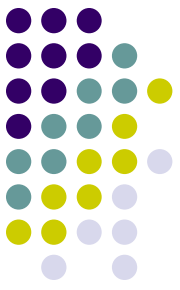
**Чат-боты** получают от кандидатов важную информацию по заданному алгоритму (документы и ограничения по допуску к работе, персональные данные и готовность рассмотреть вакансии), обрабатывают информацию и сообщают соискателю о решении, принятом на основании полученных ответов.



# HR-digital

**В автоматизации бизнес-процессов** можно выделить три основных направления: видео- и аудио-интервью, тестовые программы, системы оценки персонала.

Плюсы для работодателей – возможность заниматься поиском и подбором кандидатов дистанционно, для соискателей – проходить онлайн-интервью и тестирования в удобное время, для рекрутеров – просматривать записи собеседований и результаты тестирований.



# HR-аналитика

- **предиктивная аналитика и большие данные** позволяют предугадать множество важных факторов, влияющих на эффективную работу компании, просчитать вероятность ухода персонала, мотивировать сотрудников в зависимости от их личностных характеристик;
- **встроенная и когнитивная аналитика** позволяет выгружать отчеты в режиме реального времени с учетом конкретного региона и разрабатывать аналитические модели для прогнозирования и приоритизации рекрутинговых мероприятий;
- **сравнительная аналитика** анализирует карьерный опыт и личностные особенности соискателя и предлагает ему вакансии, может использовать его данные из социальных сетей и направлять работодателю в случае согласия;



# HR-digital

**Агрегация резюме** позволяет объединить в единую базу соискателей, разместивших резюме на сайтах для поиска работы, и соискателей, имеющих профили в социальных сетях или профессиональных сообществах («Яндекс.Работа», Indeed.com).

**Уберизация** (по аналогии с моделью Uber) - взаимодействие работодателя со сторонними рекрутерами, чьи портфолио собраны на цифровых платформах. HRspace/биржи представляют собой сервис для взаимодействия работодателей и специалистов по подбору персонала, когда работодатели публикуют вакансии, а рекрутеры присылают свои предложения. Примеры: HRspace (сервис HeadHunter), Jungle Jobs, HRTime (биржа HR-заказов) и д.р.



# Design Thinking

Design Thinking или **КОГНИТИВНЫЙ ПОДБОР**, представляет собой еще один важнейший тренд в области поиска персонала. Последние изменения на рынке труда требуют новых подходов к подбору сотрудников — большего внимания к социальным сетям, реферальной системе и внутреннему рынку труда.



# Социальный рекрутинг

**Социальный рекрутинг** позволяет находить кандидатов, не занимающихся активным поиском работы и не разместивших резюме на сайтах для поиска работы, а также получать дополнительную информацию для анализа. Это дает возможность присмотреться к потенциальному сотруднику в неофициальной обстановке и оперативно обмениваться информацией с коллегами (в том числе бывшими) и знакомыми. Благодаря этому обеспечивается гораздо больший охват целевой аудитории и более высокий уровень информирования.



# Что делать соискателю?

- внимательно оценивать не только формальные параметры вакансии, но и бренд работодателя;
- серьезно отнестись к своей активности в социальных сетях;
- развивать "soft skills", особенно в части коммуникативных навыков;
- постоянно повышать квалификацию в сфере ИТ-технологий и иностранных языков;





# Спасибо за внимание!

В презентации использовались материалы из аналитического доклада ООО «Делойт Консалтинг»:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/human-capital/russian/podbor-personala-v-cifrovuyu-ehpohu.pdf>