

>>>

Стратегия развития HR-бренда и внутренних коммуникаций 2022-2023 гг.

Cash > **U** *finance*



Внешний HR-бренд. Задачи и инструменты

Задачи:

1. Формирование позитивного образа работодателя в глазах представителей целевой аудитории
2. Повышение узнаваемости бренда работодателя
3. Повышение осведомленности о работодателе целевой аудитории
4. Готовность потенциальных сотрудников рассмотреть предложение этого работодателя
5. Рост предпочтительности компании в глазах потенциальных сотрудников



1 EVP

Разработка ключевых сообщений бренда работодателя, слогана и креативной концепции для привлечения целевой аудитории

4Q 2022

3 Head Hunter

Создание брендированной страницы работодателя и брендированных шаблонов для увеличения потока кандидатов

4Q 2022

2 Landing page

Создание карьерного сайта для повышения осведомленности о работодателе, повышения информированности о возможностях и преимуществах компании.

1Q 2023

4 Отзывы

Работа с существующими отзывами (написание комментариев) и публикация новых реальных отзывов сотрудниками компании по предварительной модерации.

4Q 2022

Дополнительные инструменты

1. Корпоративные страницы в социальных сетях (VK, Telegram)

1Q
2023

Позволят показать кандидатам компанию изнутри, с неформальной стороны, отразить следование ценностям компании в повседневной корпоративной жизни.

2. Публикация профильных статей в СМИ (прим. VC.ru/Cossa.ru)

2Q
2023

Размещая публикации именно в тех медиа, которые предпочитает целевая аудитория, hr-бренд может с большей вероятностью «достучаться» до неё и получить отклик в виде роста узнаваемости.

3. Участие во внешних мероприятиях (прим. Ярмарки вакансий в ВУЗах, мероприятия Центра занятости населения)

3Q
2023

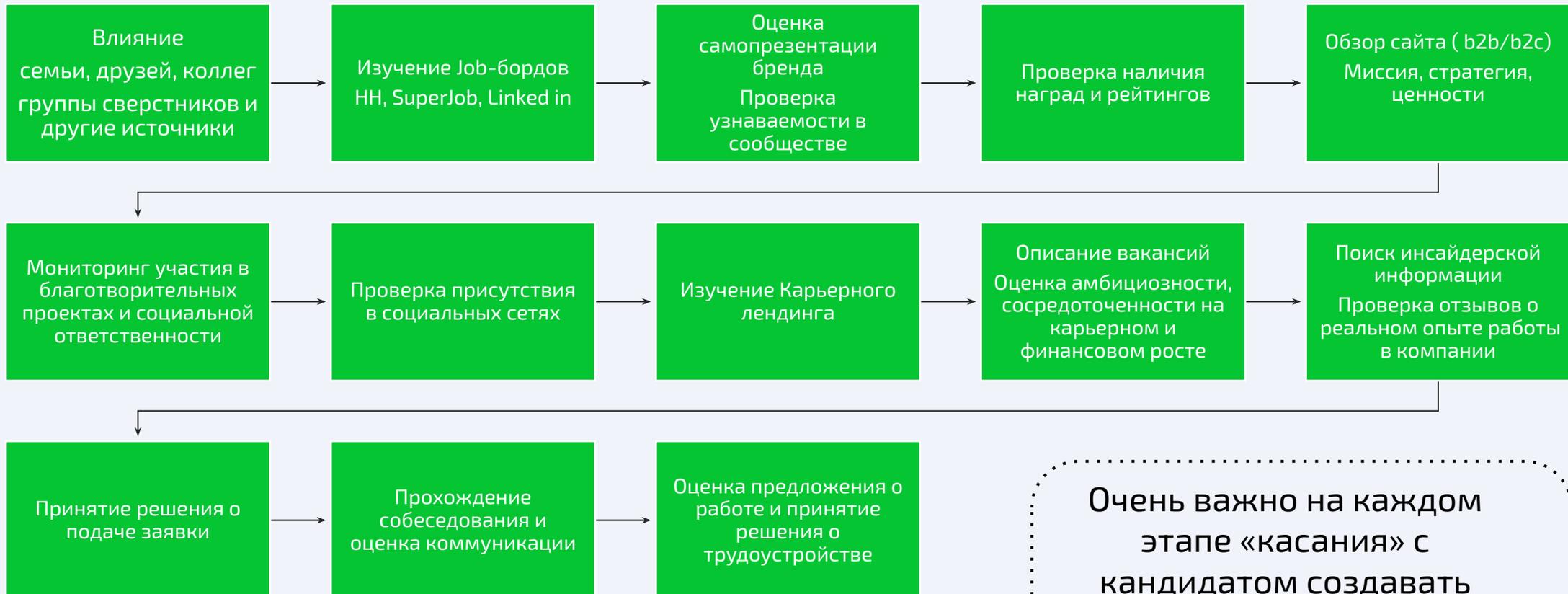
Личная встреча с работодателем - самый лучший способ найти работу для кандидатов, личное общение с представителями компании позволит составить полноценное мнение о компании, а значит сформировать правильное впечатление и лояльность к бренду.

4. Оформление точек контакта с кандидатами и будущими сотрудниками (оффер, брендированные письма)

Это важная часть брендинга наряду с логотипом, визиткой, сайтом и другими составляющими. Позволяет сформировать целостное впечатление о бренде.

Начал
и
работу

Candidate's Journey Map



Очень важно на каждом этапе «касания» с кандидатом создавать положительное впечатление и транслировать глубинные смыслы, ценности.

Бюджет

Обязательные расходы Cash-U finance

Разработка hr-brand book	40 000
Имиджевая фотосъемка	12 000
Платная версия Tilda	12 000
Разработка шаблона оффера	3 000
Брендируемая страница на hh	177 000
Типовой шаблон вакансии на hh	67 000
Разработка макетов для лендинга	10 000
ИТОГ:	309 000

Обязательные расходы Cyberbird

Разработка hr-brand book	40 000
Разработка шаблона оффера	3 000
Типовой шаблон вакансии на hh	67 000
Разработка макетов для лендинга	10 000
ИТОГ:	120 000

Необязательные расходы

Разработка многостраничного лендинга	30 000
Подготовка визуалов к постам в социальных сетях	15 000
Подготовка шаблонов брендированных писем	30 000
ИТОГ:	75 000

Ожидаемый результат

- Формирование позитивного образа работодателя
- Увеличение входящего потока кандидатов
- Повышение качества кандидатов
- Сокращение затрат на подбор



* по данным HH.ru

Внутренний HR-бренд. Задачи и инструменты Cash > U finance

Задачи:

1. Формирование вовлеченности
2. Поддержание лояльности персонала
3. Укрепление корпоративной культуры и ценностей компании
4. Снижение текучести персонала

1

Корпоративные мероприятия

Поддержание корпоративных ценностей, сплочение коллектива, создание благоприятного настроения у сотрудников.

4Q
2022

3

Оформление офиса

Через оформление офиса компания может транслировать ценности (оформление стен, плакаты, стаканчики, пледы, коврики и тд.)

1Q
2023

2

Брендовые подарки

Подарки, хороший способ показать заботу компании о сотрудниках и сформировать лояльность (welcome pack, подарки на праздники).

4Q
2022

4

Программа лояльности

Создание комплексной программы нематериальной мотивации для вовлечения сотрудников в деятельность компании и поощрение за сверхрезультаты.

1Q
2023

Бюджет

Виртуальный магазин

Ручка	6 865
Блокнот	30 500
Кружка	9 282
Термокружка	17 250
Ланчбокс	15 014
Толстовка	48 943
Зонт	30 382
Внешний аккумулятор	18 992
ИТОГ:	177 230

Прочие расходы

Афиши в офисе	1 000
Брендированные стаканчики	10 000
Подушки с логотипом	5 100
Welcome pack	20 000
Подарки на Новый год	216 705
Новогоднее мероприятие	200 000
Доставка подарков удаленщикам	50 000
ИТОГ:	502 805

Внутренние коммуникации. Задачи и инструменты

Задачи:

1. создать «единое окно» информирования о событиях компании
2. создать у сотрудников чувство единения с компанией
3. облегчить понимание процессов трансформации у сотрудников, объяснить решения руководства
4. рассказать о стратегических проектах
5. сформировать пространство для своевременной обратной связи от сотрудников и повысить культуру доверия к руководству

Discord

Реализовано

Основной канал для информационного обмена с сотрудниками, который в настоящий момент практически не используется.

Дайджест

1Q
2023

Ежемесячный новостной выпуск должен закрывать потребности сотрудников в новостях бизнеса, информации об изменениях мотивации, развлекательном контенте.

Инtranет

2Q
2023

Корпоративный портал решит вопрос с доступностью документов и необходимых материалов по принципу «единого окна», а также будет поддерживать ценности и корпоративную культуру компании

Внутренние проекты



Employee Journey Map



Сплочённый коллектив ассоциируется с качественным решением задач, крутой атмосферой, быстрой адаптацией новичков. Секрет такой команды не только в найме людей, которые любят свою профессию, но и в создании правильной мотивации для слаженного выполнения задач.

«Люди могут быть очень умными или иметь необходимые навыки, но если они не верят в ваше дело, то в действительности они не будут работать»

Марк Цукерберг



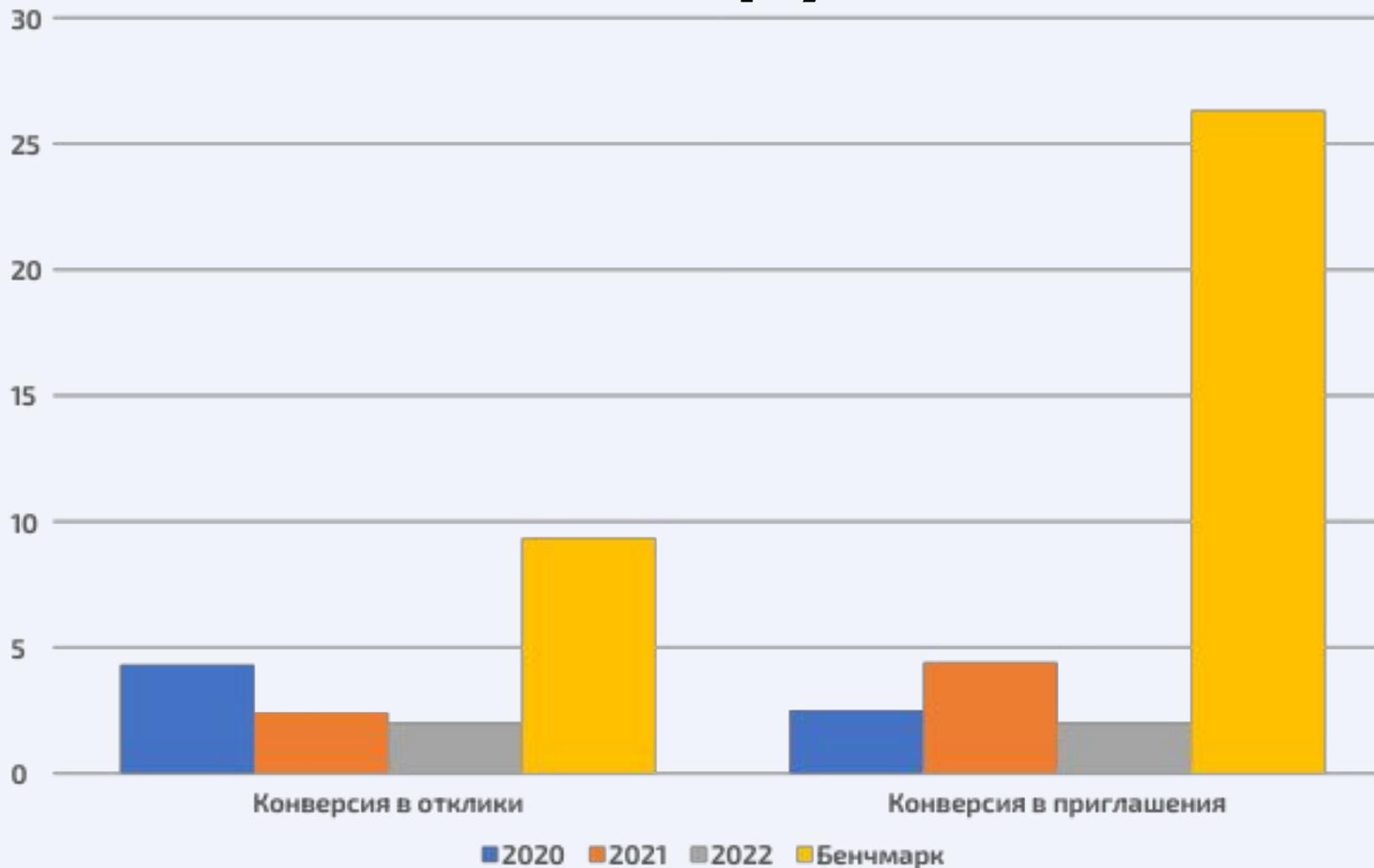
Спасибо за внимание



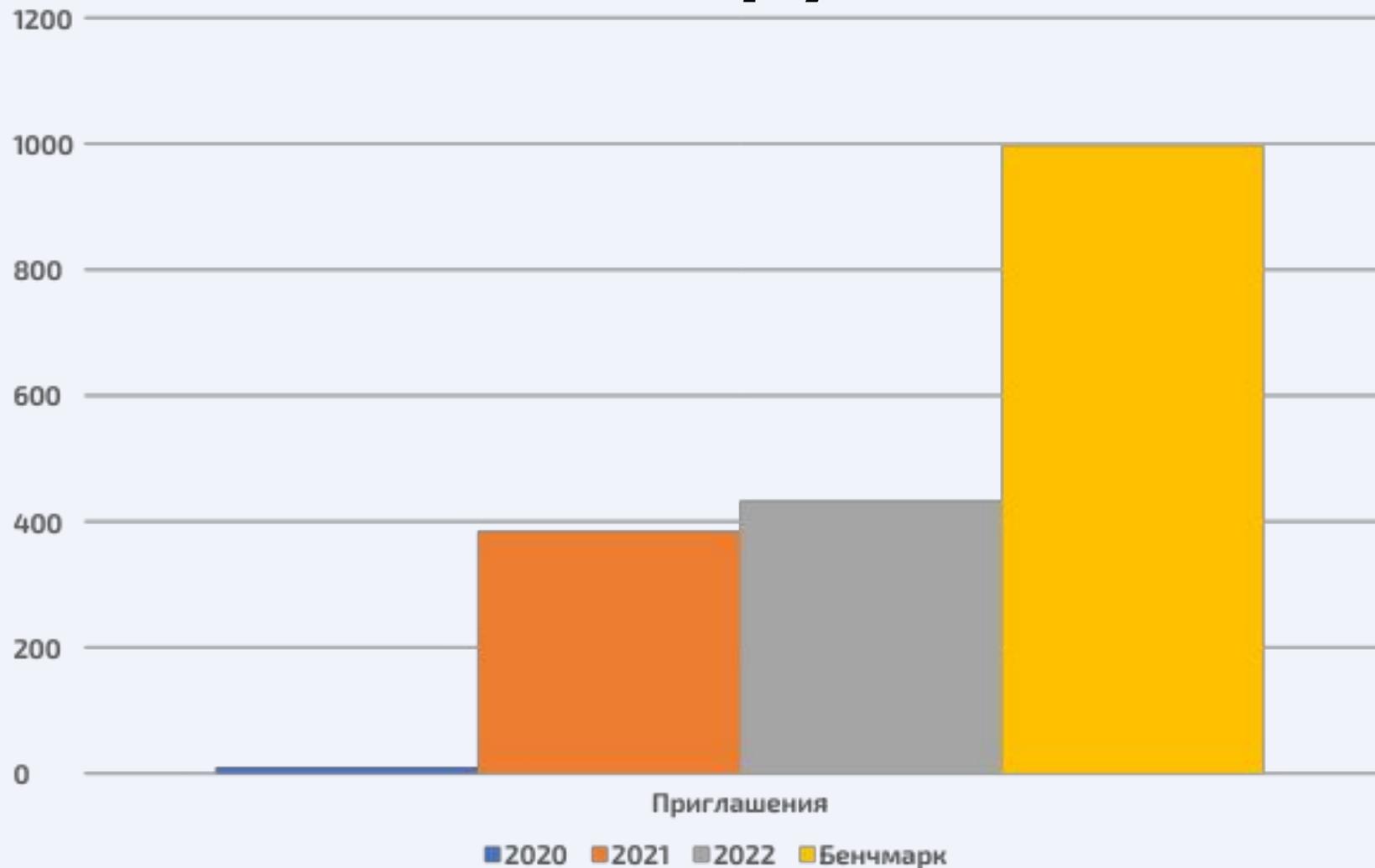
Cash>U finance



Дополнительные инструменты



Дополнительные инструменты



Ожидаемый результат

НН

