



Корпоративные коммуникации, как составляющие HR-Брендинга

Консалтинговый Центр HeadHunter

Продуман каждый шаг

Консалтинговый Центр HeadHunter - это:

- Команда профессионалов,
- Опыт 5-ти лет в построении успешных Hr-брендов,
- Лучшие западные и российские методики,
- Клиенториентированность,
- Открытость новым и нестандартным запросам,
- Более 20-ти успешно реализованных проектов по hr-брендингу разного уровня сложности,
- Широкая hr-брендинговая продуктовая линейка,
- Надежные Партнеры (ЕВІ, ВЦИОМ, различные креативные и рекламные агентства).



Наша партнерская сеть



the**bumblebee**

Продвижение HR-бренда в социальных сетях и блогосфере



Внутренние коммуникации – креативное агентство 495

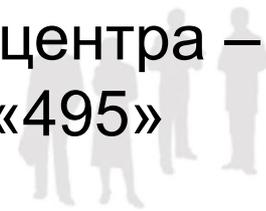


Креатив, дизайн, полиграфия - РА



Глубинные исследования и Аудит HR-бренда ВЦИОМ, Iforce





Креативное агентство «495»:

- Компания берет на себя все заботы по организации и проведению корпоративного мероприятия с учетом его формата и специфики (профессиональные праздники, презентации услуг и продукции компании, корпоративные мероприятия за пределами России, командообразующие мероприятия для сотрудников)
- Наши постоянные клиенты уверены в профессиональной работе каждого сотрудника, четком контроле руководства над выполнением работ, а также во внимательном отношении сотрудников нашей компании ко всем Вашим пожеланиям.



Что мы делаем?

Разработка и реализация внутренних коммуникационных программ, как инструмента продвижения HR-бренда компании:

- Корпоративные мотивационные мероприятия для сотрудников,
- Мероприятия по повышению кросс-структурного взаимодействия сотрудников и понимания роли и задач других департаментов,
- Системы внутреннего информирования сотрудников и внутреннего PR,
- Рейтинговые программы для определения лучших сотрудников,
- Программы повышения лояльности и вовлеченности сотрудников,

Стоимость проектов обговаривается индивидуально.





Какие задачи можно решить предлагаемыми инструментами?

- Трансляция ценностей компании сотрудникам,
- Повышение уровня вовлеченности сотрудников,
- Снижение конфликтных ситуаций между департаментами, повышение качества взаимодействия,
- Повышение лояльности и мотивации сотрудников,
- Продвижение бренда компании как работодателя среди сотрудников,
- Уменьшение текучести персонала.



Рекомендуются инструменты:

- Аудит HR-Бренда,
- Соискательский опрос,
- Внутренний опрос сотрудников,
- Разработка ценностного предложения компании (EVP)

1. Диагностика HR-бренда компании и определение задач



2. Разработка внутренней коммуникационной программы



3. Реализация программы



Клиент. Крупная энергетическая группа компаний.

Online Hiring Services

- Компании, входящие в холдинг работают в достаточно тесном сотрудничестве на уровне топ-менеджеров, но сотрудники практически не знают друг друга. Нет корпоративного духа, и даже явка на корпоративные мероприятия крайне мала. Пытались сами решить проблему путем приглашения на мероприятия звезд эстрады, но разрозненность сотрудников отчетливо видна даже на корпоративном мероприятии. Явка сотрудников практически не меняется несколько лет.
- Необходимо инновационное решение, что бы сотрудники узнали друг друга и прониклись уважением. Каждая компания в холдинге должна стать узнаваемой для всех остальных.
- **Решение.**
- Помимо наполнения программы артистами, всевозможными шоу выступлениями, конечно же, привязанными к общей концепции было принято решение...



Продуман каждый шаг

Клиент. Крупная энергетическая группа компаний.

Online Hiring Services

- Устроить фестиваль рекламы, в котором сами сотрудники станут режиссерами роликов и актерами, задействованными в них. Суть решения в том, что каждая компания будет снимать рекламный ролик не о себе, а о другой компании входящей в холдинг. Путем жеребьевки все компании узнают о том, для кого из их партнеров им предстоит продумать и снять данный рекламный продукт.
- Это должен быть не просто информационный ролик, а веселое креативное решение отражающее деятельность партнерской компании. Соответственно, чтобы решить данную задачу одной компании необходимо полностью вникнуть в работу партнеров, работать в сотрудничестве с ними, в то время как третья компания работает с первой. Получается практически замкнутый круг общения и познания друг друга в рамках представленного холдинга.
- Всем компаниям была предоставлена профессиональная помощь в лице креативного директора, режиссера постановщика и съемочной группы. Под таким руководством было



Продуман каждый шаг

Клиент. Крупная энергетическая группа компаний.

Online Hiring Services

- Процент по явке сотрудников был близок к абсолютному, ведь все компании увидели ролики о себе впервые на мероприятии, и это стало для них настоящим сюрпризом. Одна компания благодарила другую обмениваясь призами и подарками на сцене. Каждый сотрудник теперь имеет совершенно четкое понимание о деятельности партнеров. Уровень продукта предоставленного на суд зрителей стал индикатором профессионализма компании в целом, и это не могло не отразиться на корпоративном духе в компании. Отзывы сотрудников после мероприятия доказали успешность проекта и стали доказательством того, что поставленные задачи практически решены.
- Сейчас разрабатывается новая программа для этого холдинга призванная укрепить первоначальный успех и развить его в последующем.



Продуман каждый шаг



- **Проблема.**
- Пост кризисные явления сказались на общем настроении в компании. Страх перед сокращением не позволяет сотрудникам максимально использовать свой потенциал. Сотрудники не уверены в «завтрашнем дне» компании. Нет былого доверия к руководству.
- Необходимо кардинальное решение этой проблемы с учетом того, что бюджет сокращен по сравнению с докризисным периодом, но тем не менее необходима полная визуализация выхода из проблемного периода и наращивания темпа роста прибыли и стабильности компании.
- **Решение.**
- Пойти по пути буквального использования такого понятия как «**Быть на коне**». Оно стало особо ценным, учитывая сложившуюся ситуацию.
- Мероприятие проводилось в очень интересном месте – Элитарный конный клуб «Прадар». Очень красивое место, выполненное в духе большого охотничьего дома. Потрясающий интерьер с большим крытым манежем.





- Гости расположились на втором уровне площадки и перед их взором открывался манеж. Каскадеры демонстрировали виртуозное искусство верховой езды. Рыцарские бои. Через все мероприятие красной нитью проходила сравнение понятия «Быть на коне» с успешностью компании. Как бы существовал элитарный клуб успешных людей, в который сегодня приняли компанию и чествуют ее.
- Особый восторг вызвала речь генерального директора компании, который появился на манеже, восседая на очень дорогом и красивом коне.
- Помимо потрясающей зрелищности (трудно себе представить подобное, практически в центре Москвы) мероприятия. Каждый из отделов компании подготовил свой герб, и вся площадка превратилась в замок.
- Основная мысль была донесена до сотрудников компании, как показывает дальнейшая работа Издательского дома, и принята ими.





- **Проблема.**
- Так как руководство компании - бывшие высокие военные чины, в компании присутствует четкая субординация и дисциплина, что несомненно, является положительным фактором, но при этом, стало практически невозможным добиться от сотрудников каких бы то ни было интересных пожеланий и предложений по работе компании. Процент «текучки» кадров неуклонно растет, а причины подобной тенденции выявить сложно.
- **Задача.**
- В игровой манере, не акцентируя на этом внимание, узнать по средствам корпоративного мероприятия, мнения сотрудников о работе компании их пожелания и предложения.
- **Решение.**
- Было проведено выездное трехдневное мероприятие, в котором помимо различных интерактивных составляющих таких как, возможность записать любимые песни (выездная студия), и исполнить их перед коллегами, съемок отрывков известных советских фильмов (монтаж и показ в тот же день), спортивные мероприятия, выступления артистов и т.д. На была установлена «**Будка Гласности**».

Online Hiring Services



- Все мы помним о подобной будке, которая стояла на старом Арбате в 90 е годы. Она была представлена, как одно из развлечений. А учитывая тот факт, что мероприятие посвящалось тому периоду, не вызывала ни каких подозрений.
- В этой будке была установлена видеочамера, и каждый мог передать привет, потом увидеть себя на экране, но была также возможность, выключить камеру, изменить голос (прибор вакодер). Все это обыгрывалось как шутка и просто аттракцион. Гости просто влюбились в эту будку, вспомнив времена юности, и постоянно приходили к ней. Помимо обычных поздравлений, многие из сотрудников (20 процентов) стали высказывать свои пожелания и даже говорить о проблемах. Этого процента хватило, что бы выявить некоторые причины ухода сотрудников. Нашей компании они не оглашались, по понятным причинам. Было сказано лишь то, что задумка удалась. После того как все записи проанализируют перед нами будет поставлена корректно следующая задача по исправлению сложившейся ситуации в компании.

- «Признание наличия проблемы первый шаг на пути ее решения» - слова генерального директора после проведения мероприятия.

Продуман каждый шаг

Клиент. Сеть авто-центров и центров сервисного обслуживания.

Online Hiring Services

Задача.

- Совершенно уникальную задачу поставили перед нами наши клиенты. Повысить значимость работы в компании сотрудников, через их детей. Т.е. сделать так, что бы дети (7 – 13 лет) гордились тем, что их родители работают в представленной компании.

Решение.

- Проведя ряд консультаций с детскими психологами, мы пришли к следующим выводам. Один из самых любимых периодов истории для детей, о котором слагается большинство сказок, это период существования королевств, рыцарей, принцесс и т.д. Большинство мальчиков представляют себя добрыми и смелыми рыцарями, а девочки, конечно же, принцессами. Даже когда они выходят из этого возраста, всегда с интересом смотрят фильмы о Короле Артуре и рыцарях Круглого стола.
- Мы решили возвести родителей в ранг славных рыцарей, а саму компанию в благородное королевство. Если раньше Рыцари восседали на конях, то теперь на хороших машинах. За месяц до мероприятия среди детей был объявлен конкурс на герб их рода, с учетом места работы отца или матери. Был учрежден приз, и дети принялись рисовать. Весь внутренний интернет - ресурс компании был завален такими рисунками. На мероприятии очень многих мальчиков принимали в рыцари (это деды их отцы), а девочки становились принцессами.



Клиент. Сеть авто-центров и центров сервисного обслуживания.

Online Hiring Services

- Площадка «Корстон», на которой проводилось мероприятие, выглядит, как улицы Франции, и при дополнительном декорировании превратилась в средневековую Францию.
- Детям дарили доспехи и красивые платья принцесс.
- Некоторые отцы взяли несколько уроков фехтования на мечах и на мероприятии, облаченные в доспехи, участвовали в показательных боях. Им помогали каскадеры и члены обществ реконструкции описываемого периода истории. Десять пар, сотрудников компании выучили средневековый танец и исполнили его на мероприятии. Были соблюдены все атрибуты средневекового праздника, детей развлекали аниматоры и артисты в соответствии с концепцией мероприятия.
- Мы постарались максимально раскрыть образы родителей и судить об успехе мероприятия можем только по, весьма положительным, откликам сотрудников и непосредственно заказчиков.



Продуман каждый шаг

- **Задача.**

- Компания тяжело пережила кризис. Но сегодня успешно вышла из него. Назначен **новый** генеральный директор, но, к сожалению, осталось не лучшее наследие предыдущего. Как говорят в компании (не официально) «Он витал в облаках». Необходимо одним мощным поступком положительно настроить сотрудников к восприятию нового директора, поднять его авторитет, как смелого и решительного профессионала с большой буквы.

- **Решение.**

- В день строителя прошло мероприятие на сплочение коллектива. Это был достаточно распространенный формат деления на команды и участия во всевозможных испытаниях для сотрудников компании.
- Сама же поставленная цель была достигнута следующим поступком генерального директора.
- После долгих уговоров и объяснения необходимости в данном поступке, а также согласований с различными инстанциями и даже переноса дня мероприятия, в момент, когда необходимо было произнести приветственную речь, генеральный директор приземлился на площадку на парашюте с инструктором. Это стало настоящим шоком для всех сотрудников. Отстегнув парашют и крепления, он поднялся на сцену, в костюме и произнес.
- - Все друзья, хватит витать в облаках, настало время работать и работать так, что бы наши дети и внуки, через десятилетия гордились нами...
- Задача была решена на сто процентов





СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!!