



[www.amplua.ru](http://www.amplua.ru)

## Стратегии роста провайдеров: сравнение рынков США и России

Основано на данных  
Центра исследований и аналитики Amplua Insights

Компания «Амплуа», ©, 2010-2011



В 2009 году:

- \$56.2 billion (Bersin)
- \$45.5 billion (ASTD)
- \$46.6 billion (Outsell)
- \$11.7 billion (Simba)

Присутствуют крупные сделки по покупке и слиянию:

- Taleo и Learn.com, \$125 млн
- Towers Perrin + Wyatt Worldwide = Towers Watson, \$3,5 млрд, 14 000 сотрудников

Анализ показателей провайдеров из рейтинга 500 Fast Growing Companies 2009 в категориях Consulting, Human resources, Education, Government services, Business products & services показал:

- Успешные провайдеры сократили персонал на 25-67% (в среднем на 46%)
- При этом увеличили выручку на 14%
- Выручка на человека составила \$ 208 000 в 2009 году
- Состав рейтинга изменился:
  - нет привычных имен провайдеров, растущих из года в год;
  - появились новые имена;
  - снижение процента тренингово-консалтинговых компаний как таковых (больше нишевых)
  - в описании услуг провайдеров консалтинг обходится без тренинга, тренинг без консалтинга – нет

# Объем рынка России

2007	\$ 652 млн	+25%	
2008	\$ 750 млн	+15%	прогноз был +23%
2009	\$ 502 млн	-33%	разное падение по сегментам
2010	<b>\$ 1,1 млрд*</b>	+105%	реализован позитивный сценарий прогноза объема рынка. Прогноз минимального роста рынка был +60% (\$ 803 млн)

Рынок услуг обучения и развития персонала в России:

- В 10-50 раз меньше рынка США
- Чрезвычайно динамичный: резкое падение в течение 1 года, резкий рост в течение 1 года
- Нечувствительный к цене

*\*по данным исследования Amplua Insights, январь 2011*

# Есть ли смысл сравнивать рынок США и России?

1. С опозданием в 5 лет развитие рынка России в основных чертах повторяет развитие рынка США
2. Схожая структура рынка:
  1. немного крупных игроков с выручкой более \$10 млн (в России – единицы, в США - десятки)
  2. немного средних с выручкой 1-10 млн (в России – десятки, в США - сотни)
  3. очень много мелких и фрилансеров (тысячи).
3. Схожие проблемы и вызовы:
  - непрофессионализм коучей или тренеров, низкое качество услуг
  - борьба за эффективность – главный HR-приоритет 2011 года (в России – у 46% компаний по данным Amplua Insights, в США – у 52% по данным Bersin)



[www.amplua.ru](http://www.amplua.ru)

## Стратегии роста. США



# Стратегии роста T&D провайдеров в США

1. Стратегия жилетки: «Мы сделали так, чтобы наш клиент почувствовал – мы с ним в любой ситуации»
2. Правильно и вовремя угаданы потребности клиентов, выпущен востребованный продукт
3. Слияния и поглощения
4. Максимальная привязка обучения к потребностям и ожиданиям бизнеса
5. Привлечение крупных проектов, в т.ч. от госструктур
6. Инвестиции в эффективность собственных продаж

Успешными могут быть как специализированные, так и комплексные поставщики

# Примеры успешной специализации

## Globoforce:

- Специализация – системы мотивации
- Ведущий продукт - система, где сотрудники сами могут себе выбрать вознаграждение за свой результат из предложенного компанией списка с виртуальной ценой

## CCL:

- Специализация – лидерство
- Ведущий продукт – программа обучения и развития лидеров, смесь тренинга, персональной оценки, фидбека и коучинга



# Самый большой рост

## Pursuit of Excellence:

- Стратегическое планирование
- Оргразвитие
- Коучинг первых лиц
- Обучение и развитие персонала
- Рекрутинг
- Безопасность и предотвращение потерь
- Расчет заработных плат и бонусов

Рост **7054%** за 3 года с 150 000 до \$10,7 млн

# Маркетинг успешных компаний США

- Качественные сайты, с разделом «Чем мы отличаемся от других» - не банальным, а очень личным. Не «...у нас кастомизированные программы», а «..we are an open book, we walk the halls» (Knowledge Infusion)
- Регулярные вебинары
- Актуальная информация на сайте, новости
- Статьи, исследования, мануалы - whitepapers
- На сайте и в рекламных брошюрах - все понятно!



[www.amplua.ru](http://www.amplua.ru)

# Стратегии роста. Россия



# Стратегии роста в России

1. Интересны все клиенты. Даже без бюджетов
2. Скрытое снижение цены – в скидках за объем
3. Вели себя достойно, сохранили целостность
4. Спокойно делали то, что считали правильным делать. Не метались
5. Давали клиентам сверх добавленную ценность
  - При этом не старались включить в проект за те же деньги как можно больше и не прессовали клиента
  - Работали в контексте «взаимных бесплатных услуг»

# Спрос на услуги в области T&D в России

- Управленческие навыки всех сортов: управление изменениями, управление эффективностью, мотивация
- Конкретные тренеры (не провайдеры!), способные работать на определенную целевую аудиторию (например: мастера цехов в регионе), на определенной программе (например: в пуле фрилансеров на внутренней программе заказчика)
- Коучи. Очень долгий процесс выбора. Компании имеют намерения привлечь коучей, но не знают, как к этому подойти. Успешны те коучи, у которых коучинг – основное занятие, а не дополнительное к тренингу
- Оценка в формате тестов или по компетенциям, но не ассесмент центр. При этом: оценить большое число людей, онлайн и своими силами
- Оценка потенциала

# Спрос на услуги в области T&D в России

- Превращение компетенций в рабочий инструмент (либо отказ от него?)
- Программы для резерва с идеей (не просто набор тренингов управленческих навыков)
- Короткое обучение. Не длинный тренинг за полдня, а часть длинного тренинга за полдня
- Управление знаниями
- Фасилитация
- Обучение больших групп и корпоративные конференции

**А также спрос на аргументированную цену и внятные предложения от провайдеров**

Пока на рынке России нетиражируемого консалтинга больше, чем технологий и продуктов.

# Советы от HowToMarketTraining.com и «Амплуа- Брокер»

## Топ 7 секретов успешного позиционирования T&D сервисов

1. Сделайте профессиональный сайт, в содержании сделайте упор на тех, кто может за вас поручиться, и кейсы
2. Позиционируйте своих экспертов, как лидеров мнений, размышляющих людей
3. Проводите вебинары, которые раскрывают вашу экспертизу
4. Делайте электронную ежемесячную рассылку, которая также раскрывает вашу экспертизу
5. Размещайте четко сфокусированную рекламу в интернете и только на целевых сайтах
6. Работайте со своей базой клиентов – держите ее в актуальном состоянии
7. Будьте привержены единым стандартам качества, в том числе и в коммуникациях

# О центре исследований и аналитики Amplua Insights



Брокерские услуги  
в управлении персоналом



Центр исследований и аналитики

ВЫСТАВКА И КОНФЕРЕНЦИЯ

**HR&TRAININGS  
EXPO**

Выставка &  
конференция  
по обучению, развитию,  
мотивации персонала



**TRAININGS  
INDEX**

Исследование и Премия  
в области обучения и  
развития персонала

**TRAININGS.RU**

ОБУЧЕНИЕ И РАЗВИТИЕ ПЕРСОНАЛА

Отраслевой портал

Мастер-классы  
для HR и T&D специалистов





## Центр исследований и аналитики


- Проводит исследования рынка обучения, развития и мотивации персонала: тенденции, спрос-предложение, структура рынка
- Организует бенчмаркинг и премию в области корпоративного обучения Trainings INDEX
- Проводит исследования внутренней и внешней среды компаний:
  - тенденции и лучшие HR практики в России и за рубежом,
  - вовлеченность персонала и оценка бренда работодателя,
  - оценка качества и эффективности



## Юлия Ужакина

управляющий партнер

 + 7 (495) 941-4582

 +7 (925) 005-69-61

 uzhakina@amplua.ru

[www.amplua.ru](http://www.amplua.ru)