

МЕНЕДЖЕР



31

HR ТРЕНД

И
КАК С НИМИ
РАБОТАТЬ

HR

Ольга
ОСИПОВА

ПРОГРАММИСТ



Ольга Осипова

31 HR-тренд и как с ними работать

«Книгиум»

Осипова О.

31 HR-тренд и как с ними работать / О. Осипова — «Книгиум»,
ISBN 978-5-907990-13-5

Эта книга – незаменимый гид для всех, кто хочет оставаться на гребне волны в сфере управления персоналом. В ней подробно раскрыты ключевые HR тренды, которые формируют будущее работы с кадрами. Вы узнаете, как использовать эти тренды для повышения профессионализма, создания конкурентных преимуществ и построения эффективной HR-стратегии. Книга поможет вам предугадывать потребности кандидатов, улучшать процессы найма и повышать лояльность сотрудников. Она станет надежным инструментом для своевременного внедрения изменений и предотвращения HR-кризисов. Независимо от вашей роли – будь то HR-специалист, руководитель, собственник или акционер – вы получите ценные знания и практические советы, которые помогут создать сильную команду и обеспечить устойчивый рост компании. Эта книга – отличный подарок для всех, кто стремится к развитию и успеху в области управления персоналом. Неприлично мало компаний внедряют изменения в этой сфере. Поэтому каждый из читателей этой книги имеет возможность внедрить все тренды и стать одним из лучших работодателей для внешних кандидатов и своих сотрудников. А это точно приведет к финансовому росту компании.

ISBN 978-5-907990-13-5

© Осипова О.
© Книгиум

Содержание

11 причин прочитать эту книгу	5
Предисловие от Игоря Манна	6
Что такое тренд?	7
HR-тренды и как их внедрять	8
1. Внутренний HR маркетинг	9
2. Наем без предубеждений	10
3. Удержание персонала	11
4. Смешанные команды	12
5. Повышение эффективности/производительности сотрудника	13
6. Дублирование функции	14
Конец ознакомительного фрагмента.	15

Ольга Осипова

31 HR-тренд и как с ними работать

11 причин прочитать эту книгу

1. Вы будете знать тренды в своей сфере, что станет показателем профессионализма.
2. Вы сможете внедрить эти тренды в работу, что точно будет вашим конкурентным преимуществом.
3. Вы получите возможность заглянуть в будущее управления персоналом.
4. Вы сможете заранее предугадать потребности кандидатов и упростить процесс найма.
5. Вы осознаете, что тренды – это инструмент качественной HR-стратегии компании.
6. Вы повысите лояльность своей действующей команды сотрудников.
7. Вы своевременно внедрите необходимые изменения в работу с персоналом и сможете избежать HR-кризисов.
8. Вы сможете генерировать собственные идеи по улучшению HR-системы своей команды или всей компании.
9. Если вы наемный руководитель, то знания, полученные из этой книги в области HR, сделают вас ценнее для вашей компании и весомее на рынке труда.
10. Если вы собственник или акционер, то эта книга поможет вам построить сильную команду, которая принесет высокую прибыль компании.
11. И, наконец, эта книга – отличный подарок для собственника, акционера, руководителя команды и всех коллег из сферы HR.

Предисловие от Игоря Манна

Книга Ольги – логическое продолжение книги «Тренды маркетинга», для которой Ольга написала главу о трендах в области HR. Глава была настолько крутой, что появление книги на эту тему просто напрашивалось само собой.

И вот она у вас в руках. И это не просто логическое, но и отличное структурное продолжение моей книги!

Завидую тому, кто прочитает наши книги и внедрит из них в жизнь хоть малую часть рекомендаций и знаний.

Прежде всего потому, что понимание трендов и их грамотное использование – это всегда возможность обогнать конкурентов.

Книга Ольги даже удобнее, чем «Тренды маркетинга», – в ней есть задания, выполнив которые, вы точно попадете в пока что небольшой, к сожалению, круг компаний с крутым HR-подходом.

Мы хорошо знаем, что кадры решают все.

Теперь, когда хороших кадров мало, а борьба за них нешуточная, все решают тренды.

Перефразируя шутку «Кто первым встал, тот лучше всех оделся», можно смело сказать: «Кто первым применил HR-тренды, тот дефицита в кадрах и в их мотивации не испытывает».

Читайте. Применяйте. Растите.

***Игорь Манн,
автор, издатель, консультант***

Что такое тренд?

Тренд (англицизм от *trend* – тенденция) – основная тенденция изменения чего-либо.

Тренд – это то, что случится в будущем. А иногда уже случилось, но мы ничего не сделали для того, чтобы быть в тренде, и от этого испытываем трудности в той или иной области (в управлении персоналом совершенно точно).

Неприлично мало компаний внедряют изменения в работу с персоналом. Поэтому каждый из читателей этой книги имеет возможность внедрить все тренды и стать одним из лучших работодателей для внешних кандидатов и своих сотрудников. А это точно приведет к финансовому росту компании.

Помните, знать мало – надо еще и делать.

Пройдитесь по списку трендов в начале 2-й главы и выделите те тренды, которые уже внедрили в работу (просто знаю – не считается), после чего обязательно похвалите себя за это.

Наряду с этим прочитайте главы обо всех существующих трендах, над внедрением которых работать нужно постоянно.

HR-тренды и как их внедрять

Поговорим о сути самих трендов и шагах по их внедрению.

Читайте, внедряйте, обгоняйте своих конкурентов.

Прочитав главу, делайте пометки, какие именно шаги хотите внедрить; вынесите вердикт тому или иному тренду относительно вашей ситуации:

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

1. Внутренний HR маркетинг

Последние двадцать лет Россия жила хорошо, люди продвинулись вверх по известной всем пирамиде потребностей Маслоу. Работы много, но будет еще больше, потому что люди в компании – это незаменимая и очень дорогая составляющая бизнеса.

Если хотите получить сильную команду, которая даст нужный результат, – внедряйте культуру внутреннего HR-маркетинга. Это будет сильным конкурентным преимуществом.

Ведь нормально удерживать уходящего из бизнеса клиента? Почему же тогда надо отпускать уходящего сотрудника?

И если в порядке вещей изучать потребности клиентов, то почему мы не изучаем потребности своих сотрудников?

Почему не используем эти потребности в мотивации, постановке задач, привлечении персонала в компанию и так далее?

Маркетинговые инструменты для клиентов прекрасно адаптируются в сфере управления персоналом, демонстрируя высокую результативность.

5 шагов для внедрения:

1. Проконсультируйтесь с маркетологом своей компании по методам работы с клиентами, выясните, что можно взять из его арсенала в работу с сотрудниками? Внедрите все полученные рекомендации.

2. Минимум два раза в год измеряйте eNPS среди сотрудников (это всего один вопрос: насколько вы готовы рекомендовать нашу компанию в качестве работодателя?). При опросе уточняйте, чего не хватает, чтобы сотрудники поставили десять баллов? У тех, кто поставил десять баллов, интересуйтесь, что нужно, чтобы они поставили одиннадцать?

3. Пропишите карьерный путь сотрудника в вашей компании от момента первого контакта до ротации внутри или за пределы компании.

4. Выявляйте потребности сотрудников в жизни и работе, это поможет лучше продавать им идеи своей компании, мотивировать и удерживать.

5. Чем больше стаж и выше результат того или иного сотрудника, тем больше «плюшек» он должен получать от компании: дополнительный отпуск, карьерный рост, гибкий график работы и так далее.

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

2. Наем без предубеждений

Конечно, в силу ряда причин существуют определенные сферы бизнеса, в которых испытывают реальный дефицит кадров, но в большинстве случаев успешно и своевременно закрывать вакансии компаниям мешает принцип найма с предубеждениями. Приведу пару примеров найма с предубеждениями:

– для работы на автоматизированном погрузчике на склад в качестве кандидата мне нужен только мужчина (а почему не женщина?);

– мне нужен менеджер по продажам в возрасте 30–35 лет (таких людей количественно мало в стране, почему именно эта возрастная группа?);

– я посмотрел резюме кандидата – он нам не подходит (но люди в целом плохо умеют рассказывать о себе в резюме, их этому не учат, так почему бы не уточнить важные для нас вопросы в ходе телефонного разговора?);

– это слишком опытный кандидат, поэтому он все равно не будет у нас работать долго (а что, у вас все сотрудники работают до выхода на пенсию?);

– мне нужен кандидат, чей опыт работы составляет семь лет (а что именно он умеет по сравнению с кандидатом, работающим по нужной вам специальности три года или пять лет?).

Если менеджеры компаний и их HR-коллеги перестанут жить в интуитивно-галлюциногенном контуре своих убеждений, начнут отстраивать бизнес-процессы и вспомнят, что результат сотрудника на 85% зависит от компании и только на 25% – от потенциала человека, они станут быстрее закрывать вакансии и получать более эффективные бизнес-результаты.

5 шагов для внедрения:

1. Составьте профиль должности. Это список профессиональных и личных качеств сотрудника, которые позволят добиваться нужного вам результата. Оцените их.

2. Звоните/пишите каждому потенциальному кандидату по факту получения его резюме. Всего пять вопросов позволят понять – ваш или не ваш это кандидат.

3. Обращайте внимание на кандидатов-женщин, чьи навыки и опыт соответствуют требованиям «мужских» вакансий.

4. Снижайте возрастной ценз по массовым и линейным позициям. Учтите, что кандидатов в возрасте от 16 лет намного больше, чем в сегменте 30–35 лет.

5. Давайте кандидатам тестовые задания, чтобы увидеть действия каждого человека на практике и минимизировать тем самым ошибку в ходе найма.

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

3. Удержание персонала

Где фокус, там и результат. К сожалению, большинство из нас фокусируется на процессах найма: надо найти новых людей, ведь старые сотрудники уволились. А куда они девались?

Сотрудники приходят на объявленные вакансии, работают, но потом куда-то исчезают. Куда?

А уходят они из-за отсутствия в компании системы удержания персонала, которая тесно связана с нашим первым трендом «Внутренний маркетинг».

Если компания и ее руководители будут фокусироваться на удержании кадров – проблема с наймом уйдет сама собой.

5 шагов для внедрения:

1. Проводите два раза в год опрос вовлеченности «Гэллуп Q12» (это методика из 12 вопросов, которая проводится в формате анонимного опроса и позволяет определить, насколько ваши сотрудники испытывают желание выполнять свою работу как можно лучше).

2. Постоянно обучайте руководителей управленческим навыкам.

3. Ежемесячно организуйте личные встречи руководителя с сотрудником для обсуждения достигнутого прогресса, получения обратной связи и корректировки целей.

4. Давайте своим сотрудникам возможность развиваться внутри компании, обеспечивайте их карьерный рост.

5. Вы оцениваете работу каждого сотрудника в команде на 100%.

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

4. Смешанные команды

В современном мире людям стало намного проще получить работу мечты. Большое количество вакансий, возможность работать из любой точки мира, самозанятость, собственный бизнес, проектная занятость. Людей, которых интересует штатная форма занятости, становится все меньше.

Как решить эту проблему?

Необходимо выйти из привычной ловушки мышления, диктующей, что у вас должны быть люди в найме. Ведь какие-то функции может закрыть автоматизация (например, роботизированный склад, автоматический кол-центр). Что-то можно отдать на аутсорсинг (например, логистику, бухгалтерию, кадровое делопроизводство).

Часть сотрудников для обязательных функций взять в штат, часть арендовать (например, так поступают компании доставки, которые объединили свои сети курьеров, из-за чего ваш заказ, сделанный, к примеру, в «Яндексе», может привезти курьер «Деливери-клуб»).

5 шагов для внедрения:

1. Автоматизируйте все функции в бизнесе, которые на самом деле не требуют участия сотрудников.
2. Изучите реальные успешные кейсы использования искусственного интеллекта в вашей сфере и внедрите их.
3. Создавайте коллаборации с компаниями аналогичной сферы деятельности. Станьте коллегами по цеху – пока у вас механик или врач в простое, они могут выйти на работу к вашим коллегам.
4. Выделите функции, которые можете отдать на аутсорсинг.
5. Распределите обязанности внутри компании, доплачивая сотрудникам за дополнительный функционал.

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

5. Повышение эффективности/ производительности сотрудника

Каждый из ваших сотрудников совершенно точно может работать эффективнее.

Эффективность – это когда достигаешь более значимого результата за то же самое время. Чтобы выйти на желаемый результат, не всегда надо расширять штат, иногда стоит поработать над эффективностью действующих сотрудников: почему наш менеджер по продажам успевает в день работать только с пятью клиентами, а не с шестью?

Какой бизнес-процесс необходимо улучшить?

Какие навыки прокачать у наших сотрудников, чтобы конверсия в покупку у клиентов стала выше на 5%?

5 шагов для внедрения:

1. Проанализируйте поведенческие индикаторы и приемы сотрудника, который демонстрирует самый лучший результат. Обучите этим технологиям остальных сотрудников.
2. Постоянно обучайте своих сотрудников.
3. Создайте правильную систему мотивации, которая стимулирует рост.
4. Проходите стажировки в других компаниях, забирайте в свою работу «фишки», повышающие эффективность.
5. Регулярно собирайте и прорабатывайте идеи сотрудников по повышению эффективности.

Нам точно подходит

Точно не наш тренд

Надо подумать

6. Дублирование функции

При всей сегодняшней автоматизации, роботизации, при всем уровне искусственного интеллекта, при существующих базах знаний и описанных процессах компании все равно будут зависимы от компетенций реальных людей. Особенно от топ-менеджеров, ключевых и лучших сотрудников компании.

Чтобы избежать негативных последствий, связанных с уходом сотрудника, дублируйте все, что можно продублировать.

Внедрите проект преемственности, чтобы у каждого топа был свой преемник в компании.

Найдите постоянного партнера для проведения финансового аудита, и как только сотрудник говорит вам «это невозможно», получайте «второе мнение» от постоянного консультанта и еще парочки внешних профессионалов, уточняя «а точно ли невозможно?».

В этом случае ценность сотрудников будет сопоставима с независимостью бизнеса от персонала.

5 шагов для внедрения:

1. Заказывайте ежегодно внешний аудит функций (увольнять топ-менеджера не надо без очень веских причин – пусть исправляется на месте), второе мнение никогда не мешает.

2. Внедрите проект преемственности и транслируйте это в жизнь компании как внутри-корпоративный принцип. У собственника бизнеса тоже должен быть преемник.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.