



Эффективная команда бизнес-партнеров или как создать направление рекрутинга “с нуля”

Мария Константиниди/Head of Recruiting

Нужно ли выделять рекрутинг в отдельное направление?

Этапы формирования направления рекрутинга:

- Описание четкого видения направления (цель, задачи, процессы, люди и т.п.)
- Создание команды
- Разграничение зон ответственности между рекрутингом и другими направлениями HR
- Работа с внутренними заказчиками в новой роли.

Как было раньше...



Как мы работаем сейчас



- Почему важно развивать бизнес-партнера в рекрутере, а не просто “сервисника” (сервис для бизнеса, а не для отдельных команд)?
- Где искать рекрутеров?
- Как отбирать (этапы отбора, инструменты)?
- С какими ошибками можно столкнуться, как их избежать?

Школа рекрутеров

- Основное обучение (лекции, мастер-классы, тренинги)
- Дополнительное обучение (по продукту, по процессам в компании, по структуре и технологическому стеку компании)
- Аттестация знаний

ВДЛ:

Вовлеченность: возможность предлагать идеи и влиять не только на свой результат, но и на процессы и результат всего направления рекрутинга

Доверие: создание доверительной атмосферы в команде, расширение зоны ответственности и зоны влияния рекрутера в команде

Лояльность: командные корпоративы в будние дни, домашние рабочие дни, доп выходные, возможность участия в БОльшем количестве мероприятий в компании и т.п.

“Пакеты лояльности”

- Пакет “Новичок”
- Пакет “Результативный рекрутер”
- Пакет “Сверх результативный рекрутер” (Бог рекрутинга:)

Бонусная система премирования

Что влияет на бонус рекрутера:

- Количество выведенных в квартал сотрудников
- Грейды закрытых вакансий
- Оценка со стороны внутренних заказчиков
- Оценка со стороны нанятых сотрудников

- Беседы 1x1 со старшим рекрутером - минимум 1 раз в месяц
- Беседы с руководителем направления рекрутинга - минимум 1 раз в квартал
- Рост внутри команды
- Мини-направление в команде, которое рекрутер может развивать
- Участие в проектах направления рекрутинга

- HR-брендинг (карьерный сайт, работа с соц. сетями, рекламные кампании, языковые кружки и т.п.)
- Работа со студентами (стажировки, практики)
- Обучение/наставничество (обучение лидов, новых рекрутеров, внутренние тренинги, “база знаний”)
- Внутренние конкурсы
- Работа с иногородними, иностранными кандидатами (квартиры, памятки релоцирующимся и т.п.)

- Планирование найма
- Приоритезация вакансий в компании
- Распределение вакансий между рекрутерами
- Работа ресечера
- Участники и этапы найма (роль рекрутера)
- Элементы скрама и инструменты, которые мы используем

“Костыльный канбан”



График работы над вакансиями

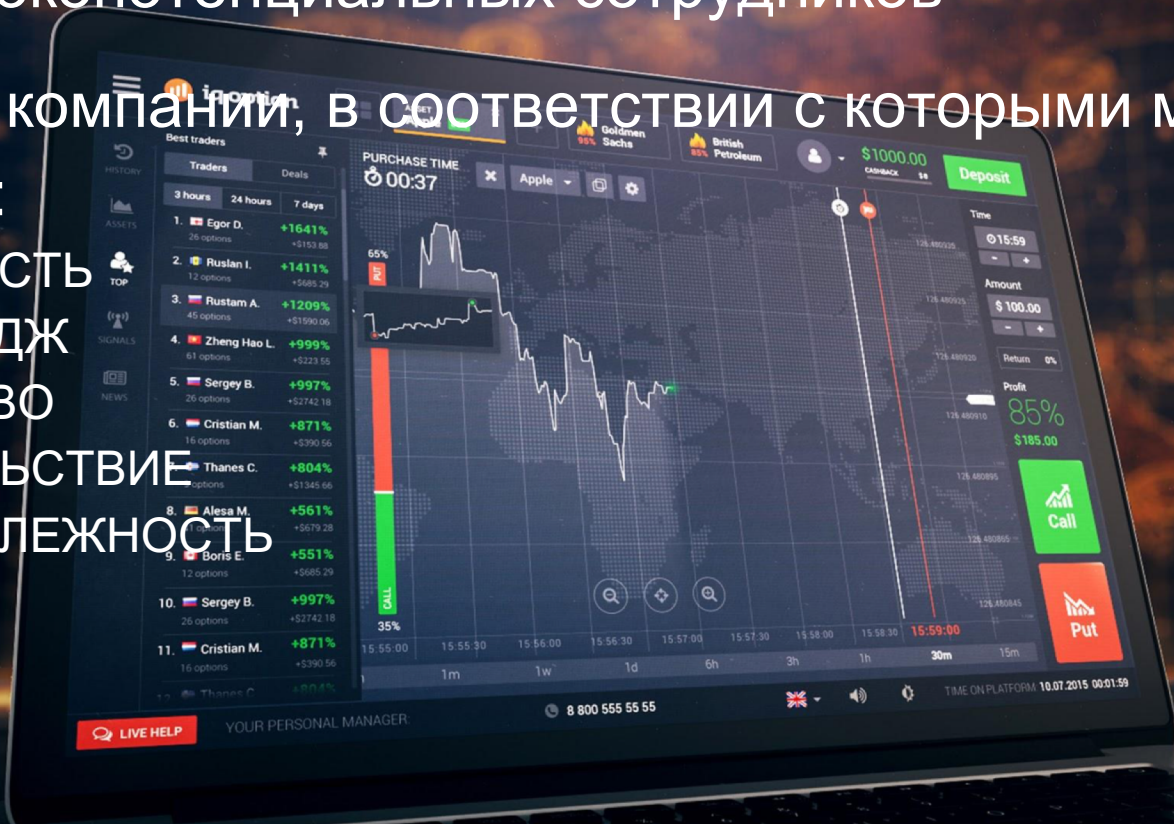


- Критерии эффективности команды (**Objectives and Key Results** — цели и ключевые результаты)
- Количество собеседований в день
- Количество вышедших в месяц сотрудников
- Опрос внутренних заказчиков
- Опрос новых сотрудников
- Опрос кандидатов, не попавших в компанию

Наша миссия: привлечение высококвалифицированных и/или высокопотенциальных сотрудников

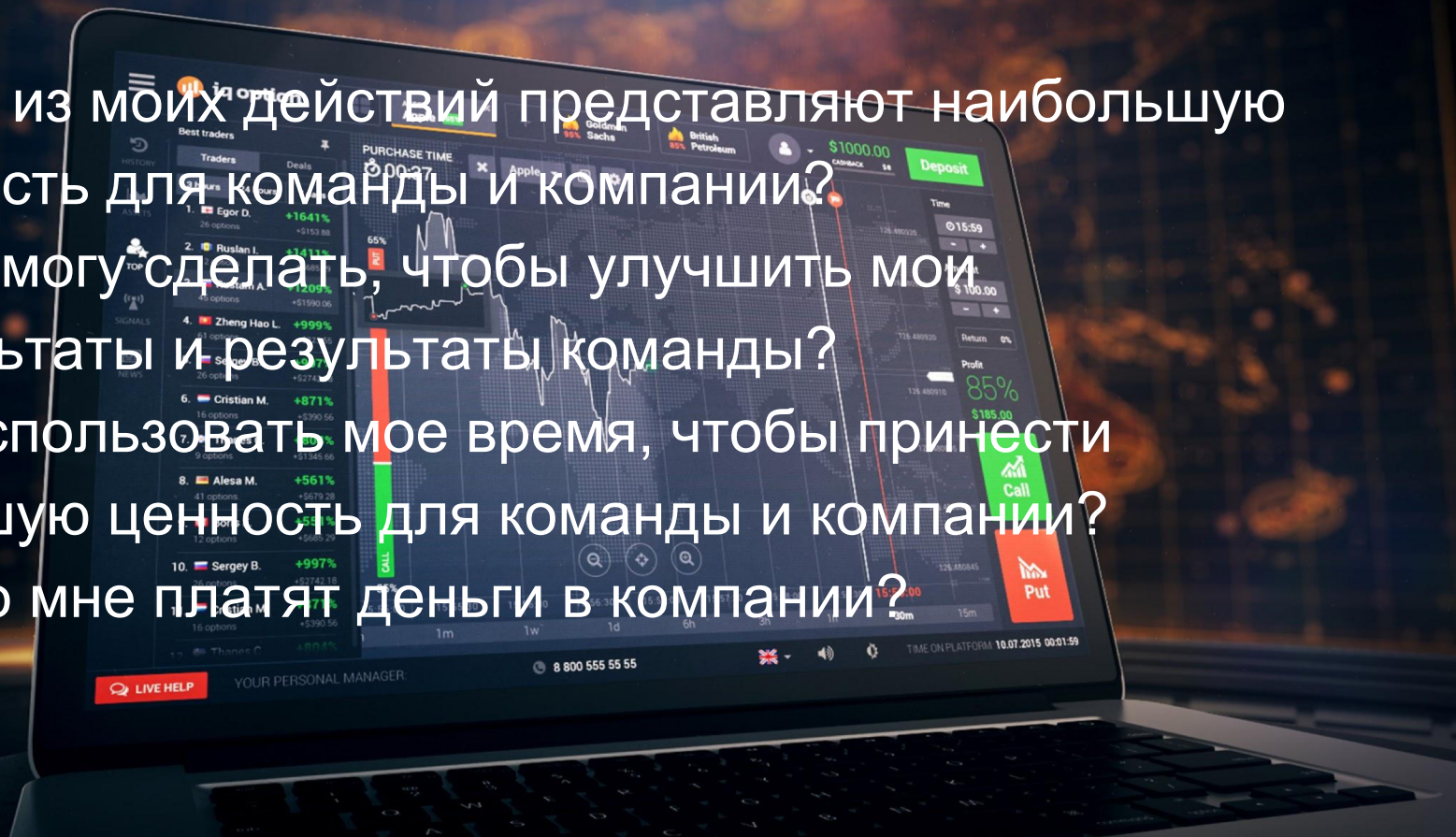
Ценности компании, в соответствии с которыми мы работаем:

- ЧЕСТНОСТЬ
- ЧЕЛЛЕНДЖ
- КАЧЕСТВО
- УДОВОЛЬСТВИЕ
- ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ



Вопросы, которые мы (направление рекрутинга) задаем себе:

- Какие из моих действий представляют наибольшую ценность для команды и компании?
- Что я могу сделать, чтобы улучшить мои результаты и результаты команды?
- Как использовать мое время, чтобы принести большую ценность для команды и компании?
- За что мне платят деньги в компании?



Mariya Konstantinidi
Head of Recruiting
Tel./Telegram: +7 921 597 48 65
mariya.konstantinidi@iqoption.com
Skype: mariya_konstantinidi

www.iqoption.com

