

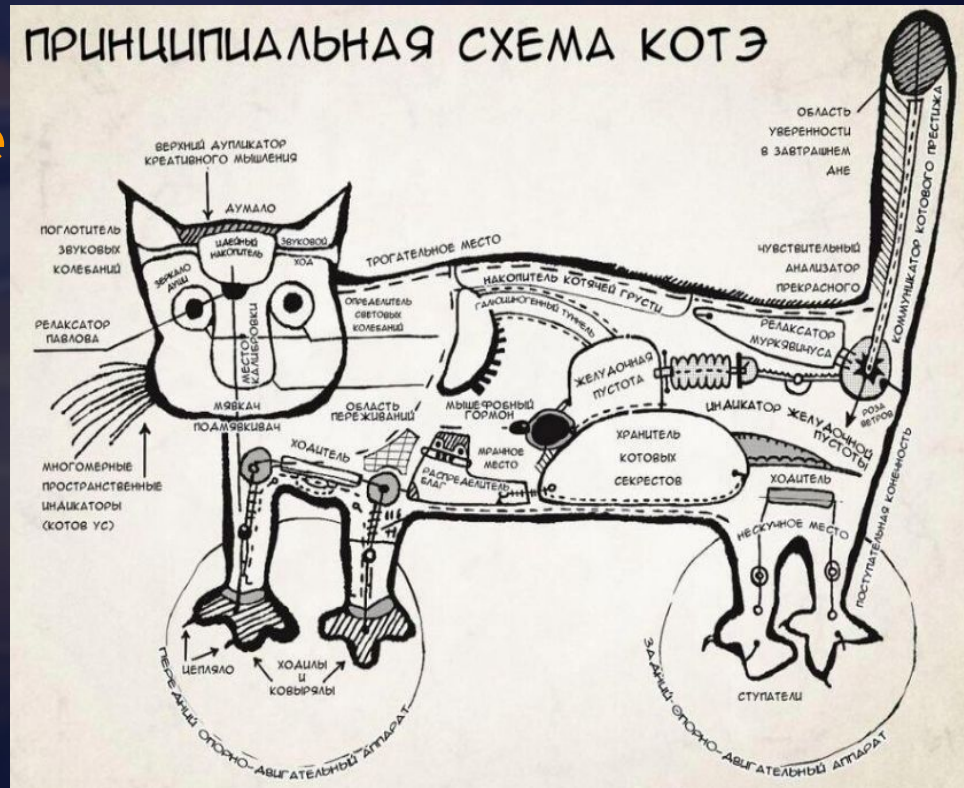


**Эффективная команда бизнес-
партнеров или как создать
направление рекрутинга “с нуля”**

Мария Константириди/Head of Recruiting

- Стоит ли выделять рекрутинг в отдельное направление
- Как разграничить зоны ответственности между рекрутингом и другими направлениями HR
- Как собрать супер команду
- Что мотивирует рекрутеров достигать результата на 100% и даже больше:)
- Какие пути развития доступны для рекрутеров
- Почему важно "воспитывать" в рекрутерах бизнес-партнеров и что это означает

Нужно ли выделять рекрутинг в отдельное направление?



- 2013 год - основание компании, выход на рынок с продуктом “Бинарные опционы”
- Численность сотрудников - менее 20 человек



Развитие рекрутинга в разрезе развития бизнеса

- 2014 год - компания на этапе стартапа
- Первый HR (задачи: 90% рекрутинга, 10% - все остальное)
- Численность сотрудников на конец года - 70 человек



Развитие рекрутинга в разрезе развития бизнеса

- 2015 год - четкая структура (маркетинг, разработка, support...)
- HR - 4 сотрудника (задачи: 80% рекрутинга, 20% - остальное)
- Численность сотрудников на конец года - 170 человек



Развитие рекрутинга в разрезе развития бизнеса

- 2016 год - реструктуризация компании
- HR - 7 человек, формируются направления (рекрутинг, PD, КА)
- Численность сотрудников на конец года - 380 человек
- Открытие офиса на Кипре



Развитие рекрутинга в разрезе развития бизнеса

- 2017 год - новые продукты (Forex, CFD, Crypto, Hodly)
- HR - 15 человек, четкое разделение ролей (рекрутинг, PD, KA)
- Численность сотрудников на конец года - 600 человек
- Открытие офиса в Нью-Йорке



Развитие рекрутинга в разрезе развития бизнеса

- Начало 2018 года - развитие продуктов
- HR - 21 человек
- Численность сотрудников - 700



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.



- 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 большом 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

Пример

$$\text{KPI} = (A \times B) \times C \times D$$

A - стоимость вакансии

B - количество закрытых вакансий за квартал

C - коэффициент, рассчитанный исходя из оценки внутренних заказчиков

D - коэффициент, рассчитанный исходя из оценки 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)



“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

Ценности компании, в соответствии с которыми мы работаем:

- ЧЕСТНОСТЬ
- ЧЕЛЛЕНДЖ
- КАЧЕСТВО
- УДОВОЛЬСТВИЕ
- ПРИНАДЛЕЖНОСТЬ

Миссия нашей команды: привлечение высококвалифицированных и/или высокопотенциальных сотрудников

- 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