

ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ HR-БРЕНДА КОМПАНИИ

Аннотация. В статье рассматривается роль HR-бренда для успешного функционирования современных компаний и выделяются наиболее актуальные цифровые инструменты при формировании и развитии HR-бренда компании.

Ключевые слова: hr-бренд, цифровые инструменты, hr-брендинг, hr-диджитал, цифровая экономика, digital-среда.

Компании сейчас заинтересованы не только в том, чтобы найти подходящего сотрудника, но и вовлечь специалиста таким образом, чтобы у последнего даже не возникло желания перейти к конкурентам. А для того чтобы претенденты расценивали потенциальное место работы как лучшее, необходимо создать такой образ компании, который будет характеризовать ее как престижную, со сформированной корпоративной культурой и хорошей репутацией на рынке. Именно поэтому все чаще идет речь о применении HR-брендинга, направленного на создание не столько экономических, сколько психологических и профессиональных выгод для фирмы.

На данный момент HR-брендинг остается важнейшим инструментом по подбору, найму и управлению персоналом компании. Поэтому, актуальность данной темы обусловлена возрастающей во всем мире необходимостью эффективного взаимодействия соискателей/сотрудников и работодателей, что можно сделать за счет формирования и последующего совершенствования, и контроля HR-бренда компании.

Компании всего мира все больше нацелены на формирование HR-брендинга, так как грамотно выстроенный HR-бренд влияет на процессы, протекающие как внутри организации, так и на внешнем рынке.

Согласно исследованию Ассоциации Greatplacetowork, составителю рейтинга 100 лучших работодателей журнала «Fortune», сильный HR-бренд обеспечивает компаниям различные значимые конкурентные преимущества. Ими являются устойчивость во время экономических спадов, высокая производительность труда и рентабельность, снижение текучести кадров, даже во время кризисных ситуаций, увеличение количества откликов от высококвалифицированных кандидатов, повышение уровня удовлетворенности и лояльности клиентов, сокращение воздействия стресса на сотрудников, больше инноваций и инициативы, творческий подход со стороны сотрудников [3].

Брендинг стало одной из самых быстро развивающихся областей рекрутинга.

Так, 62% лидеров в области управления талантами утверждают, что создание прочного бренда это их главный приоритет. Компании понимают, что потребители будут верны брендам сильнее, если привлекать их историями о тех, кто стоит за созданием понравившихся им товаров и услуг. Поэтому компании отходят от традиционных маркетинговых кампаний и переходят к тем, которые очеловечивают бренды, делают их ближе к потребителям [6].

В своей книге Р. Е. Мансуров утверждает: «...в HR-брендинге существует две составляющие: внутренний и внешний HR-брендинг, которые требуют отдельных фронтов работ по каждому» [4].

Так, внутренняя система HR-брендинга включает эффективные внутренние коммуникации, систему обучения и развития персонала и повышает лояльность к компании среди действующих сотрудников, уровень их мотивации, производительности и атмосферы в коллективе. Персонал чувствует себя важным и нужным для организации, разделяя ее цель и ценности.

А во внешней среде HR-брендинг включает эффективные внешние коммуникации, действенную систему найма и позиционирования на рынке и приводит к улучшению имиджа компании в глазах соискателей и покупателей и других заинтересованных сторон.

Поэтому важно комплексно подходить к формированию HR-бренда компании и наиболее эффективно это позволяет сделать

digital-среда. Современные тренды на глобализацию, мультикультурность, выход бизнесов в онлайн, и как следствие увеличение конкуренции, требуют перехода компаний к цифровой экономике. Вступает в силу новый глобальный тренд — HR Digital[8].

Количество интернет-пользователей в мире выросло до 4,54 млрд, что на 298 млн новых пользователей больше, если сравнить с 2019 г. Увеличивается число пользователей социальных медиа на 9%. К 2020 г. их насчитывалось около 3,8 млрд человек. Прирост составил 321 млн новых пользователей [2]. Поэтому новым этапом развития hr-отрасли становится переход к диджитализации и построение работы hr-ов на новый уровень менеджмента, где они должны применять современные digital-инструменты [8].

В настоящее время для эффективного применения и функционирования HR-брендинга в цифровой среде, будь то внутренний или внешний, используется множество инструментов, которые могут быть использованы компаниями для решения ее основных задач и достижения поставленных целей. Анализ мировых практик позволил выделить следующие актуальные инструменты в сфере формирования HR-бренда компании.

Таблица 1

**Цифровые инструменты внешнего HR-брендинга
(составлено автором по [1; 6; 10])**

<i>Функция</i>	<i>Инструменты</i>
Привлечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сервис Swarm by Foursquare — спонсируют раздачу Wi-Fi в вузах или точках скопления молодежи со встроенной информацией о компании 2. QR-коды — со ссылкой на компанию и предложением поучаствовать в акции или конкурсе 3. Таргетированная реклама (Instagram, Facebook, LinkedIn и т. д.) — в нее можно включать «отсеивающие вопросы»/тайные коды или тесты, решить которые может только целевая аудитория 4. Краудсорсинг — платформы

Функция	Инструменты
Вовлечение	<ol style="list-style-type: none"> 1. Виртуальные туры по офису 2. Подкасты о темах, в которых специализируется компания/о самой компании/беседы сотрудников 3. Блоги сотрудников 4. Видеосериалы — истории про работу в офисе, сотрудников на YouTube или Instagram 5. Pinterest помогает кандидату быстро сориентироваться с фото жизнью компании 6. Активности в социальных сетях (Instagram, Twitter, «ВКонтакте», LiveJournal). Проведение конкурсов, опросов, тестов, акций, прямых трансляций 7. Вебинары от сотрудников компании на соответствующие ее деятельности топики
Отбор	<ol style="list-style-type: none"> 1. Приложения — игры для соискателей с начислением баллов/бонусов за прохождение тестов и других механик 2. Онлайн участие в кейс-чемпионатах 3. VR-квесты от компаний <p>Инструменты помогают привлечь кандидатов, отобрать возможных сотрудников по нужным параметрам</p>
Найм	<ol style="list-style-type: none"> 1. Размещение объявлений о вакансиях на сайте компании, на рекрутинговых сайтах (Hh) и др. 2. Design thinking — когнитивный подбор персонала
Информация о компании	<ol style="list-style-type: none"> 1. Сайт — понятный, отображающий сущность и особенность компании 2. Мобильное приложение 3. In place — портал о социально-психологическом климате и атмосфере в компании, структуре сотрудников, истории и т. д.

Помимо инструментов, которые HR-брендинг может использовать для улучшения своего имиджа в глазах потенциальных соискателей, существуют инструменты, направленные на уже работающих сотрудников, повышение их лояльности, мотивации и приверженности компании — инструменты внутреннего HR-брендинга.

**Цифровые инструменты внутреннего HR-брендинга
(составлено автором по [1; 5; 6; 7; 11])**

<i>Функция</i>	<i>Инструменты</i>
Улучшение внутренней коммуникации между сотрудниками и отделами	<ol style="list-style-type: none"> 1. Random Coffee — сервис, который позволяет сотрудникам компании знакомиться друг с другом живую и онлайн 2. Корпоративные чаты
Мотивация, приверженность и лояльность	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внутренняя рекламная/мотивирующая e-mail рассылка с новостями о компании, последних изменениях и интересных моментах 2. Внутренние каналы по типу Slack для сбора идей сотрудников, их обсуждения и внутреннего общения 3. Публичные листы Spotify, созданные сотрудниками отделов/компании
Корпоративное обучение персонала организации	<ol style="list-style-type: none"> 1. Обучающие вебинары от сотрудников или приглашенных экспертов 2. E-learning — корпоративное обучение с использованием e-learning технологий (онлайн-обучение) <p>Сотрудники обучаются именно тому, что необходимо для их работы и для реализации стратегических целей организации</p>
Информация о компании	<ol style="list-style-type: none"> 1. Glassdoor — кадровый портал, где сотрудники могут видеть информацию об особенностях работы компании, заработной плате, бонусных программах

Также компании необходимо контролировать и следить за той информацией, которая уже сформировалась во внешней среде, чтобы анализировать ее, критически оценивать и принимать соответствующие действия. Такая информация оказывает влияние на имидж компании, на формирование ее образа в глазах соискателей и покупателей ее продукции.

Цифровые инструменты для мониторинга информации о компании (составлено автором по [9])

<i>Функция</i>	<i>Инструменты</i>
Мониторинг через поисковые сканирующие системы, которые автоматически находят упоминания о компании	YouScan, IQBuzz, Babkee, Brandspotter, BuzzLook, «Крибрум», SemanticForce, «Медialogия» (Также стандартные поисковики — «Яндекс» и «Google»). Программы применимы для оперативного мониторинга за публикациями о компании в сети. Но из-за автоматизации сбора и анализа информации, они не дают такого уровня достоверности, как ручной анализ (можно использовать и на antijob сайтах)
Мониторинг через социальные сети и блоги	Facebook, «ВКонтакте», LinkedIn, «Одноклассники», Livejournal, «Мой Мир», «Мой Круг» и др. Их контент можно собирать, используя сервис «Яндекс.Блоги» (он ищет сразу по всем сетям), либо с помощью встроенных поисковиков. Последние позволяют легче найти неофициальные сообщества о работе в вашей компании

Таким образом, существует множество цифровых инструментов для формирования HR-брендинга, которые помогают каждой компании в решении своих конкретных задач, будь то внутренняя или внешняя среда. И как следствие улучшают имидж компании, повышают ее конкурентоспособность в глазах заинтересованных сторон. Так, соискатели смогут лучше понимать ценности компании, ее цели, сильные стороны и захотят получить работу в такой компании, а работники станут более мотивированными, лояльными и продуктивными.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуализация цифровых технологий в управлении процессом подбора персонала [Электронный ресурс] // Cyberleninka — Электрон. дан. — 2015. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualizatsiya-tsifrovyyh>

- tehnologiy-v-upravlenii-protssessom-podbor-a-personala/viewer (дата обращения: 20.03.2020).
2. Вся статистика интернета на 2020 год — цифры и тренды в мире и в России [Электронный ресурс] // WEbCanape. — Электрон. дан. — 2020. — URL: <https://www.web-canape.ru/business/internet-2020-globalnaya-statistika-i-trendy> (дата обращения: 15.03.2020).
 3. Киселева О. Г. HR-бренд работодателя как инструмент привлечения высококвалифицированного персонала и формирования его организационной лояльности // Экономика и современный менеджмент: теория, методология, практика. — 2018. — № 3. — С. 63-66.
 4. Мансуров Р. Е. HR-брендинг. Как повысить эффективность персонала / В. Е. Мансуров. — БХВ-Петербург, 2013. — 267 с.
 5. Особенности, преимущества и тренды e-learning [Электронный ресурс] // ЦРММ — Электрон. дан. — 2015. — URL: https://www.crm.ru/knowledge_base/Osnovnyje_ponjatija_elektronnogo_obuchenija/Osobennosti_preimushhestva_i_trendy_E_learning (дата обращения: 17.03.2020).
 6. Осовицкая Н. HR-брендинг: Работа с поколением Y, новые инструменты для коммуникации, развитие корпоративной культуры и еще 9 эффективных практик / Н. Осовицкая. — СПб.: Питер, 2015. — 330 с.
 7. Список инструментов для создания HR-бренда и приемы, которыми должен владеть каждый современный рекрутер брендов [Электронный ресурс] // HR-Portal — Электрон. дан. — 2019. — URL: <https://hr-portal.ru/story/spisok-instrumentov-dlya-sozdaniya-hr-brenda-i-priemy-kotorymi-dolzhen-vladet-kazhdyu> (дата обращения: 22.03.2020).
 8. HR Digital: тренды и технологии 2019 года, о которых говорят HR-ы брендов [Электронный ресурс] // HR-elearning — Электрон. дан. — 2019. — URL: <https://yandex.ru/turbo?text=http%3A%2F%2Fhr-elearning.ru%2Fhr-digital-trendy-i-tekhnologii-2019-goda-o-kotorykh-govoryat-hr%2F> (дата обращения: 20.03.2020).
 9. HR-media [Электронный ресурс] // HR-портал компетенции — Электрон. дан. — М., 2017. — URL: <https://hr-media.ru/cpisok-effektivnyh-i-besplatnyh-instrumentov-hr-breninga> (дата обращения: 17.04.2019).
 10. Inplace [Электронный ресурс] // Официальный сайт — Электрон. дан. — 2020. — URL: <https://inplacers.ru> (дата обращения: 17.03.2020).
 11. Random Coffee [Электронный ресурс] // Официальный сайт — Электрон. дан. — 2020. — URL: <https://random-coffee.ru> (дата обращения: 18.03.2020).