



«Р-Фарм» –
люди действия

Метрики HR-бренда и их влияние на бизнес-показатели



Даниил Горчаков

**Руководитель направления по бренду
работодателя, «Р-Фарм»**

Ex. HR Marketing менеджер, «Перекрёсток, X5»

Ex. Senior Project Manager, EVP агентство Changellenge >>

Ex. Head of IC, производственная компания «Мобиле Групп»

Ex. Internal Communications Manager, Uncle Sam (сеть языковых центров в Китае)



«Р-Фарм» –
люди действия



Актуальность

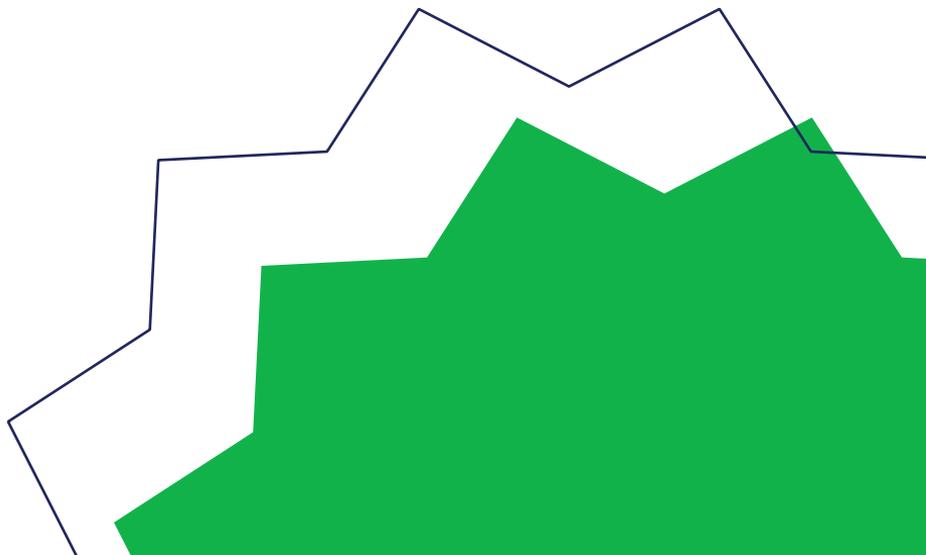
Руководителю нужны причины реализации проектов, а нам — понимание карьерного трека.

HRы не всегда погружаются в другие отрасли подробно. Но нам важно понимать специфику работы других департаментов, чтобы говорить с руководителями на одном языке.



«Р-Фарм» –
люди действия

Бизнес

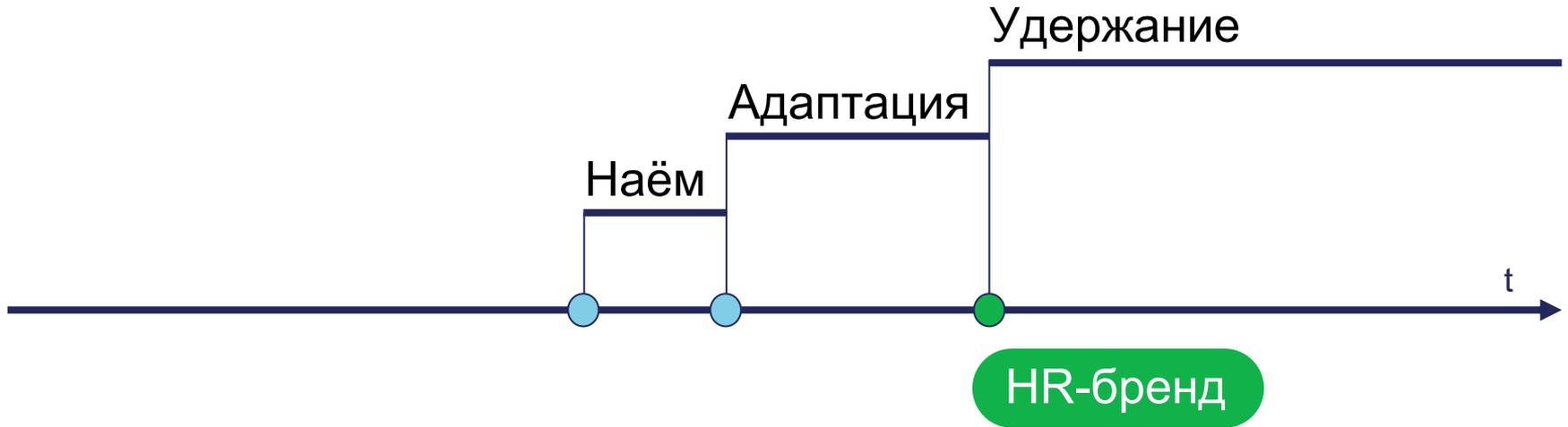


Основные бизнес показатели

Выручка	
Затраты	(Продвижение + материалы + <u>оплата труда</u> + + накладные)
Рентабельность (ROI)	$(\text{Выручка} - \text{затраты}) / \text{выручка} * 100\%$
Движение денег	(Полученные деньги – потраченные деньги)



Где мы можем внедрять метрики HR-бренда?

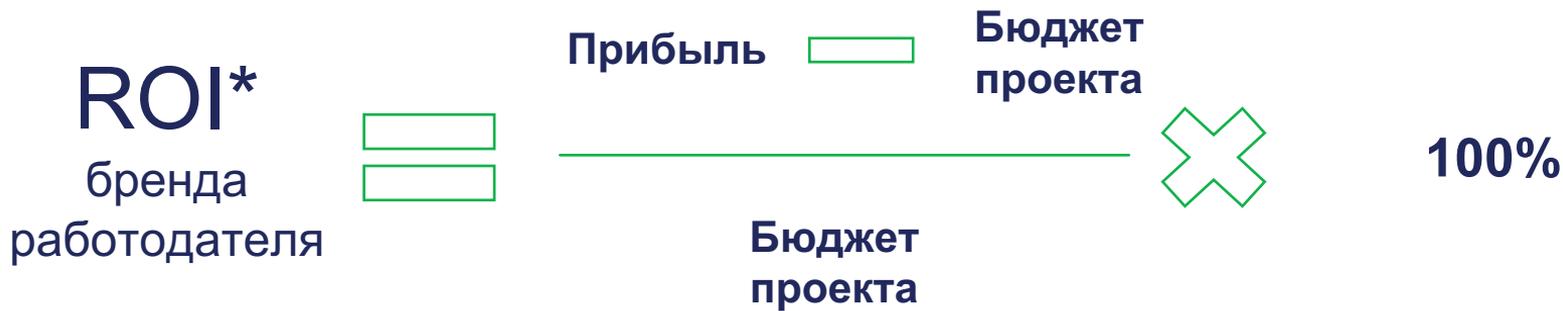


ROI (return of investment), или рентабельность

$$\text{ROI} = \frac{\text{Доход} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \times 100\%$$



ROI (return of investment), или рентабельность бренда работодателя



*Проекты в бренде работодателя не формируют выручку компании напрямую, но способны увеличивать рентабельность компании через снижение затрат.





«Р-Фарм» –
люди действия

Наём

Усиление бренда работодателя
влияет на скорость и стоимость найма.
Увеличивается трафик на входе
в воронку, растут конверсии по этапам.

ТОП-10 HR функций по влиянию на бизнес показатели*

	Функция	Рост выручки	Рентабельность
1	Рекрутинг	3,5x	2,0x
2	Адаптация и удержание	2,5x	1,9x
3	Управление талантами	2,2x	2,1x
4	Бренд работодателя	2,4x	1,8x
5	Управление производительностью и награды	2,1x	2,0x
6	Развитие лидерства	2,1x	1,8x
7	Оптимизация HR процессов	1,8x	1,8x
8	Глобальное управление персоналом и экспансия	1,8x	1,7x
9	Повышение вовлеченности сотрудников	1,8x	1,6x
10	Предоставление разделяемых сервисов и аутсорсинг	1,6x	1,7x

<https://drjohnsullivan.com/articles/news-flash-recruiting-has-the-highest-business-impact-of-any-hr-function/>



«Р-Фарм» –
люди действия

Какие метрики мы можем использовать?

1	Стоимость найма
2	Скорость найма
3	Окупаемость бренда работодателя (ROI)
4	Входящий трафик со стороны кандидатов
5	Конверсии по этапам
6	Участие в реферальной программе
7	Активность в социальных сетях
8	Показатель притока соискателей из топовых компаний
9	Показатель перехода сотрудников от конкурентов к вам
10	NPS кандидата

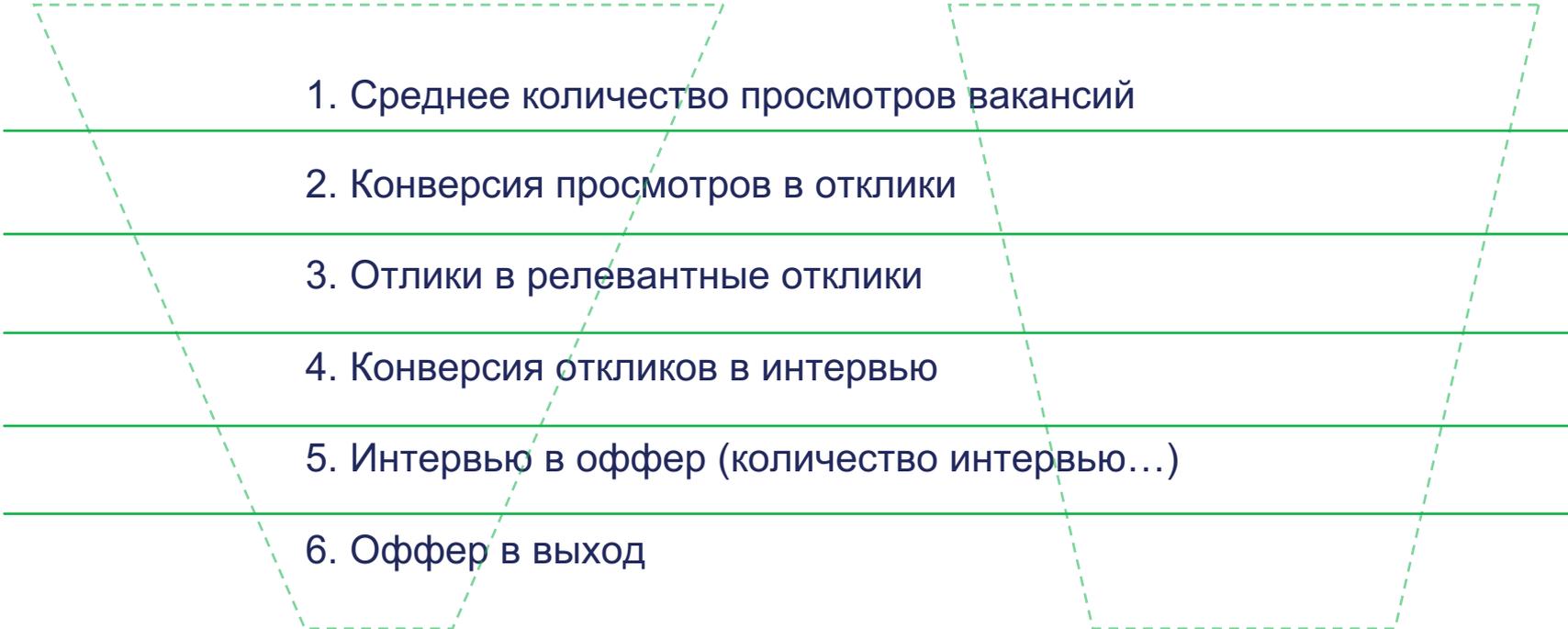


Метрики в найме



«Р-Фарм» –
люди действия

Основные показатели воронок подбора

- 
1. Среднее количество просмотров вакансий
 2. Конверсия просмотров в отклики
 3. Отклики в релевантные отклики
 4. Конверсия откликов в интервью
 5. Интервью в оффер (количество интервью...)
 6. Оффер в выход



CAC (customer acquisition cost), или стоимость привлечения клиента

$$\text{CAC} = \frac{\text{Все маркетинговые расходы за период}}{\text{Количество привлеченных клиентов}}$$



EAC (employee acquisition cost), или стоимость привлечения сотрудника

$$\text{EAC} = \frac{\text{Все расходы на продвижение за период}}{\text{Количество вышедших сотрудников}}$$



EAC (employee acquisition cost), или стоимость привлечения сотрудника

$$\text{EAC} = \frac{\text{Расходы на продвижение за период} + \text{Зарплаты рекрутеров} + \dots + \text{Прочие накладные расходы}}{\text{Количество вышедших сотрудников}}$$

*Легкость адаптации формулы SAC зависит от отрасли компании. В точечном найме допустимо разделять применение по критерию рекрутер или отрасль.





«Р-Фарм» –
люди действия

Адаптация и удержание

Усиление бренда работодателя влияет на срок работы сотрудников, текучесть персонала, реферальную программу, изменение топа причин увольнений

ARPU (average revenue per user), или показатель средней прибыли, которую приносит пользователь в течение определенного периода времени

$$\text{ARPU} = \frac{\text{Общий доход за период}}{\text{Количество пользователей за этот период}}$$



ARPE (average revenue per employee), или показатель средней прибыли, которую приносит пользователь в течение определенного периода времени

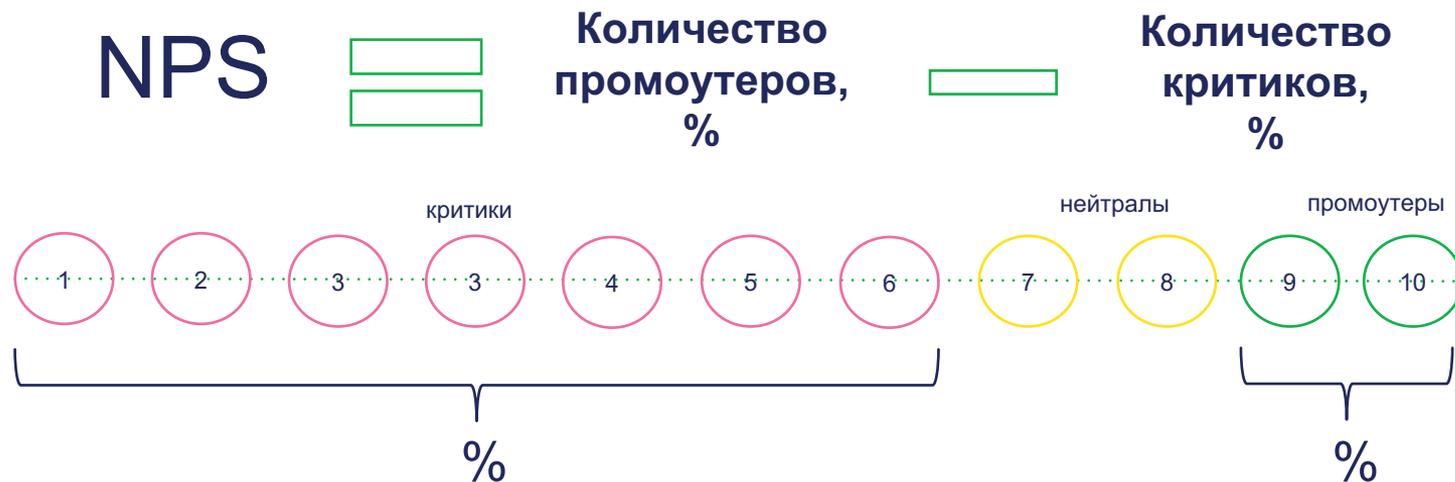
$$\text{ARPE}^* = \frac{\text{Доход компании за длительный период}}{\text{Количество сотрудников за длительный период}}$$

*Легкость адаптации формулы ARPU зависит от функционала сотрудника и отрасли компании. Валидное применение метрики – от года и более.



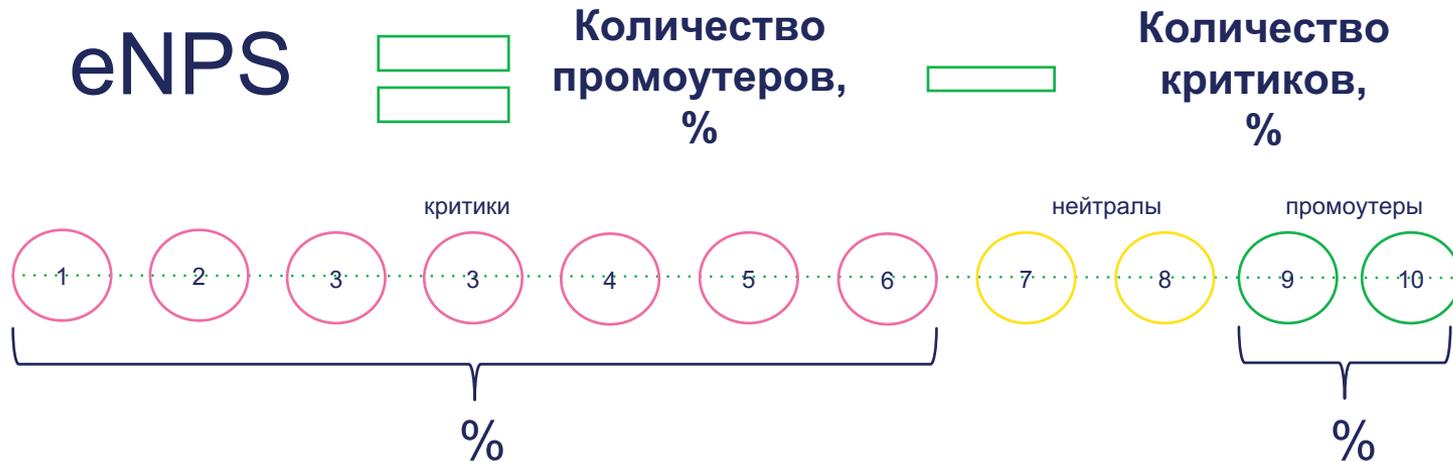
NPS (net promoter score), или индекс потребительской лояльности

Готовы ли вы рекомендовать товары нашей компании своим друзьям?



eNPS (net promoter score), или индекс потребительской лояльности

Готовы ли вы рекомендовать нашу компанию своим друзьям в качестве места работы?



Метрики в удержании

1. Снижение нежелательной текучести (увольнения ценных сотрудников по собственному желанию)
2. Рост стажа работы в компании
3. Уменьшение списка причин увольнения сотрудников по собственному желанию
4. Процент вернувшихся сотрудников в компанию в случае работающей практики
5. Снижение числа больничных, отгулов и неоплачиваемых отпусков
6. Снижение процента отсутствия сотрудника по любым причинам, кроме основного оплачиваемого отпуска
7. Рост коэффициента лояльности сотрудников (eNPS)

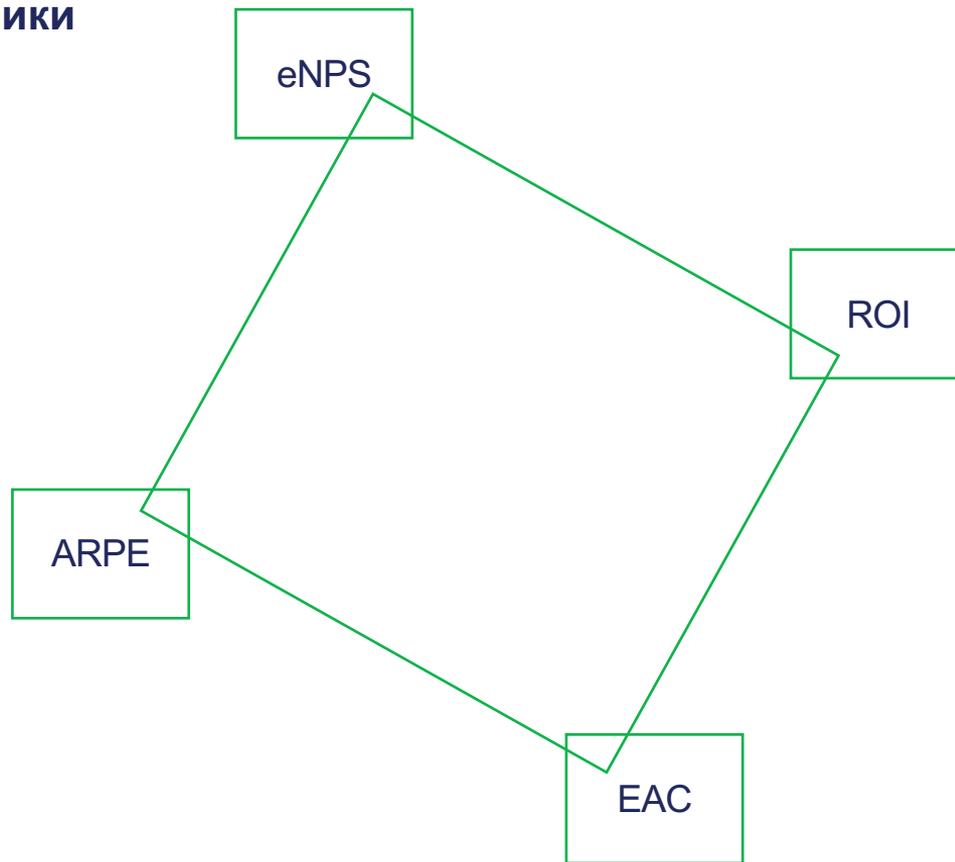


Дополнительные метрики в удержании

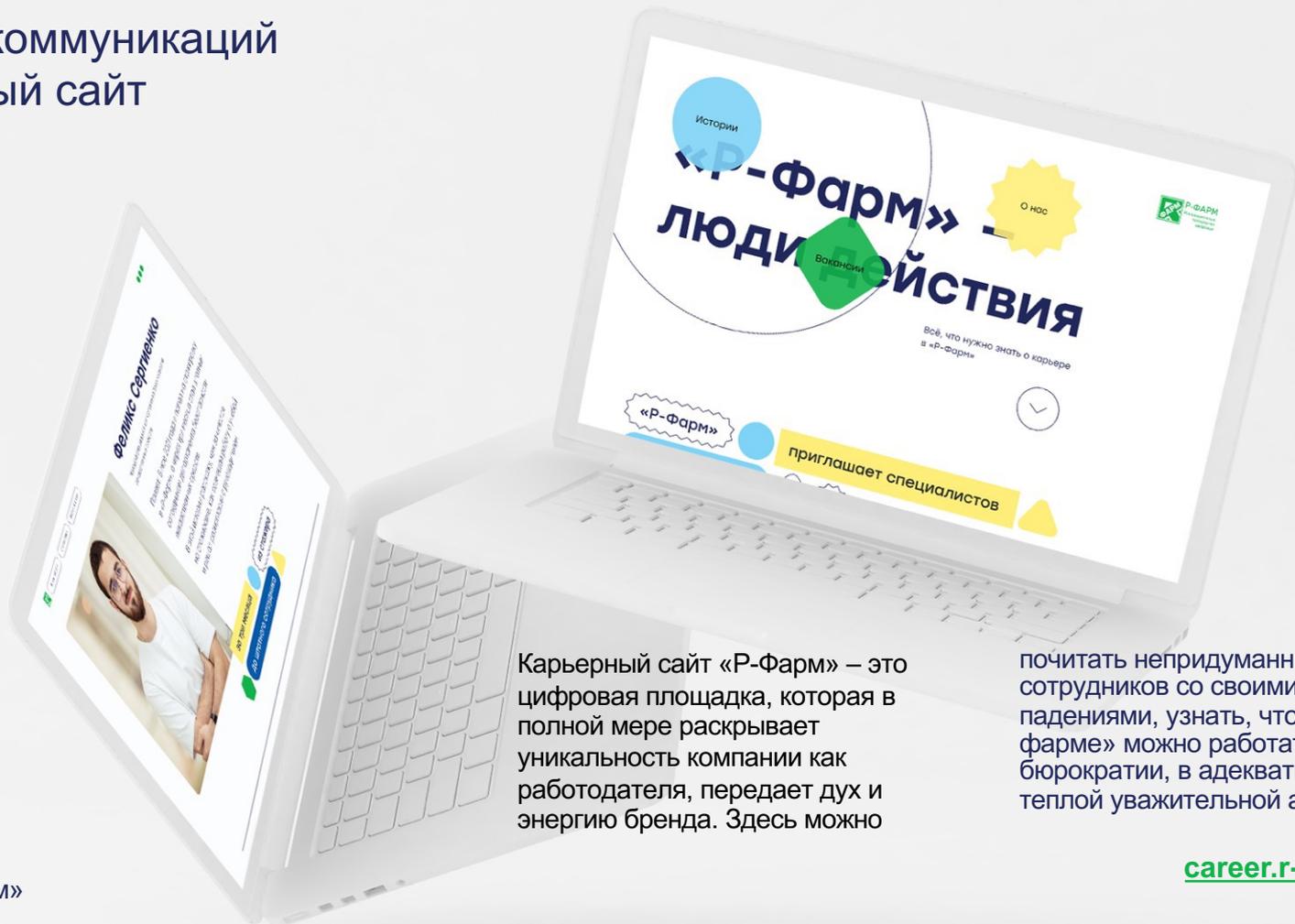
1. Снижение процента отказов среди новых сотрудников
2. Рост производительности труда новых сотрудников



Основные метрики



Каналы коммуникаций Карьерный сайт



Карьерный сайт «Р-Фарм» – это цифровая площадка, которая в полной мере раскрывает уникальность компании как работодателя, передает дух и энергию бренда. Здесь можно

почитать непрдуманые истории сотрудников со своими взлетами и падениями, узнать, что в «большой фарме» можно работать без тяжелой бюрократии, в адекватном режиме и теплой уважительной атмосфере.

Каналы коммуникаций Карьерный сайт

Особенность этого ресурса заключатся в том, что все нюансы карьерного развития в «Р-Фарм» раскрываются на примере реальных историй сотрудников, сделанные в формате сторилендинга. Кроме того, здесь пользователь в интерактивной форме может определить насколько «Р-Фарм» отвечает его ожиданиям.

career.r-pharm.com

Александра Белова
менеджер маркетингового подразделения фармацевтической компании

Привет! В «Р-Фарм» карьера может развиваться по-разному, поступательно или стремительно. Но я — стремительная, и за три года добралась до руководящих.

Но какой бы ни была карьера, насущная остается роль коллег в «Р-Фарм». О своих коллегах — просто, честно и по-человечески. Людей — и я, и вы, уважаю!

нас объединит работа не только

От стипендии до собеседования

В отличие от «Р-Фарм» в нашей студенческой библиотеке не отключают интернет. Здесь не только есть интернет, но и есть компьютеры, которые можно использовать в учебно-научных целях.

Стипендиальная программа помогает ближе познакомиться с «Р-Фарм»

В этот период студенты получают возможность расширить свой профессиональный кругозор, познакомиться с новыми людьми, получить навыки делового общения и навыки, которые пригодятся в будущей работе. Все участники программы не только получают стипендию, но и имеют возможность познакомиться с представителями «Р-Фарм».

Как получить стипендию?

В студенческие работы можно познакомиться с представителями «Р-Фарм».

После успешного собеседования в нашей библиотеке, стипендия, 10000 рублей.

Стипендий «Р-Фарм» меня и заинтересовал: я видела, что бизнес привлекает и поддерживает молодых специалистов и таланты. А не требует от них многолетнего опыта сразу после университета.

На собеседовании у руководителя горели глаза, и мне стало интересно

После собеседования у руководителя «Р-Фарм» были улыбки, а не жесткие вопросы. Было приятно видеть, что руководитель действительно заинтересован в кандидатах, а не просто хочет проверить, насколько кандидат соответствует требованиям. Это говорит о том, что компания действительно заинтересована в развитии своих сотрудников.

«Р-Фарм» не был для меня единственным вариантом. Но в процессе собеседования я увидела, что компания действительно заинтересована в развитии своих сотрудников. Это говорит о том, что компания действительно заинтересована в развитии своих сотрудников.



Свобода совмещать семью и работу



Успех, что могу выйти на полставки

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Ирина, менеджер

Люблю детей, люблю в работе, люблю свою семью. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Ирина, менеджер

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Ирина, менеджер

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Такой уровень свободы возможен, когда каждый в команде управляет своим временем, приоритизирует задачи и фокусируется на результате. Без микро-менеджмента и напоминаний о дедлайнах.

Стажировка проводится совместно с учебной группой, в этот период рассуждают о выборе специальности, стажировки, и как компания готова к ним их обучить.

Советы стажировки и учебной группы

В этот период работы стажировки и учебной группы, в этот период рассуждают о выборе специальности, стажировки, и как компания готова к ним их обучить.

Как думать, чтобы быть успешным в гибкой экономике?

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Успех, что могу выйти на полставки

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Р-фарм гибкие, потому что дают возможность совмещать работу и учебу без жесткого ограничения по времени.

Смена ПО и рабочие задачи

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Просвещение обучающих тренеров, и обмен опытом с коллегами

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

Успех, что могу выйти на полставки

Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки. Успех, что могу выйти на полставки.

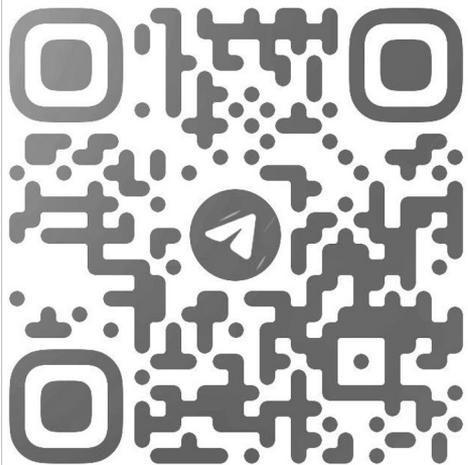
Резюме

1. Проекты в бренде работодателя работают на всех этапах HR цикла – awareness, наём, удержание, адаптация, амбассадоры.
2. Проекты в бренде работодателя связаны с бизнес показателями напрямую.
3. Разговор на языке метрик повышает вес HR департамента в глазах бизнеса.
4. Оцифрованные проекты наиболее востребованы на рынке HR услуг.
5. Легкость измерения бренда зависит от функции HR, размера компании, её специфики и отрасли.





«Р-Фарм» –
люди действия



@DANGORCHE