55% компаний автоматизировали свои HR-процессы в 2017 г. Об этом рассказали эксперты на HR-Саммите Поволжья в Казани, партнером которого выступила «АльфаСтрахование». Страховая компания приняла участие в мероприятии в рамках своего проекта «HR Lab. – Лаборатория HR Инноваций» и платформы «Академия Здоровья».

Участники обсудили международный рынок онлайн рекрутмента и наиболее яркие тенденции его развития, обсудили digital-трансформацию культуры организации, выявили плюсы и минусы современных систем оценки персонала, определили максимально результативные методы подбора сотрудников и по-настоящему эффективные способы их нематериальной мотивации.

Марина Хадина, директор департамента TMS студии чат-ботов HeadHunter, рассказала, что в 2017 г. 55% компаний в той или иной мере автоматизировали свои HR-процессы, в 2016 г. этот показатель составлял 45%. При этом, чем крупнее компания, тем чаще она имеет бюджет на автоматизацию. Последние два года digital-инструменты в основном используются компаниями в рекрутменте (32%), обучении и развитии персонала (28%), внутренних коммуникациях (26%).

Основным трендом в мировом рекрутменте является поиск работы через социальные сети, его используют 79% соискателей и 84% рекрутеров. Сегодня HeadHunter предлагает использовать чат-боты для автоматизации процесса поиска сотрудников. Они могут реагировать на ответы и вести диалог в удобном для соискателя мессенджере, сохраняя конфиденциальность.

Егор Сафрыгин, директор департамента маркетинга «Медицина» Группы «АльфаСтрахование», выступил на саммите с докладом на тему «Digital-технологии в системе health-management как пятый элемент системы мотивации персонала». Он рассказал, что персонал будущего успешно проявит себя в виртуальной среде. При этом представители поколения миллениалов к 2025 г. будут составлять 75% рабочей силы. Ради них в сфере ДМС «АльфаСтрахование» переходит от оплаты оказания качественной медицинской помощи к внедрению долгосрочных программ управления здоровьем персонала. В частности, компания внедряет программу «Академия Здоровья», которая направлена на формирование объективной картины здоровья коллектива и повышение приверженности сотрудников здоровому образу жизни. Программа предоставляет множество возможностей и обеспечивает сотрудников HR-отделов компаний-клиентов необходимым набором инструментов для выстраивания долгосрочной политики поиска и удержания лучших кадров. Эффект от внедрения обычно виден на третий-пятый год работы.

Дмитрий Рафальский, управляющий партнер Brainiglab, представил тему HR-маркетинга, который позволяет компаниям выделять их предложения на рынке и находить лучших кандидатов. Анализ предложений работодателей показал, что все бренды и ценностные предложения основаны исключительно на первичных функциональных потребностях, что создает ощущение «одинаковости» предложений. HR-маркетинг дает возможность компаниям уйти от штампов, обрести уникальность и обратить на себя больше внимания.

«Автоматизация процессов подбора и удержания кадров позволяет любой компании повышать эффективность и находить именно то, что даст ей возможность успешно

работать в будущем, – говорит Егор Сафрыгин. – Кроме того, креативный подход к автоматизации выделяет компанию на рынке и делает ее наиболее привлекательной для соискателей. Что касается «АльфаСтрахование», то она внедряет digital-технологии в программы для здоровья сотрудников, а это, как известно, влияет на продуктивность компании в целом».

Источник: Википедия страхования, 24.04.2018