

وینار:

اثر دومینو در جذب؛ راز تیم های موفق

بازاریابی منابع انسانی با رویکرد تجربه ی مثبت و داستان کارکنان

معرفی

وحید قندهاری

- دانش آموخته‌ی مدیریت
- مشاور و متخصص منابع انسانی
- باییش از ۱۸ سال تجربه‌ی زیسته در حوزه‌ی منابع انسانی
- و همکاری با سازمان‌های صنعتی در طراحی فرآیندهای جذب، جبران خدمات و حقوق و دستمزد، ارتقای رضایت کارکنان، فرهنگ سازمانی، مدل شایستگی و آموزش و توسعه



هدف این وینار؟؟؟!!!

ساختن اثر
دومینو از طریق
کارکنان وفادار



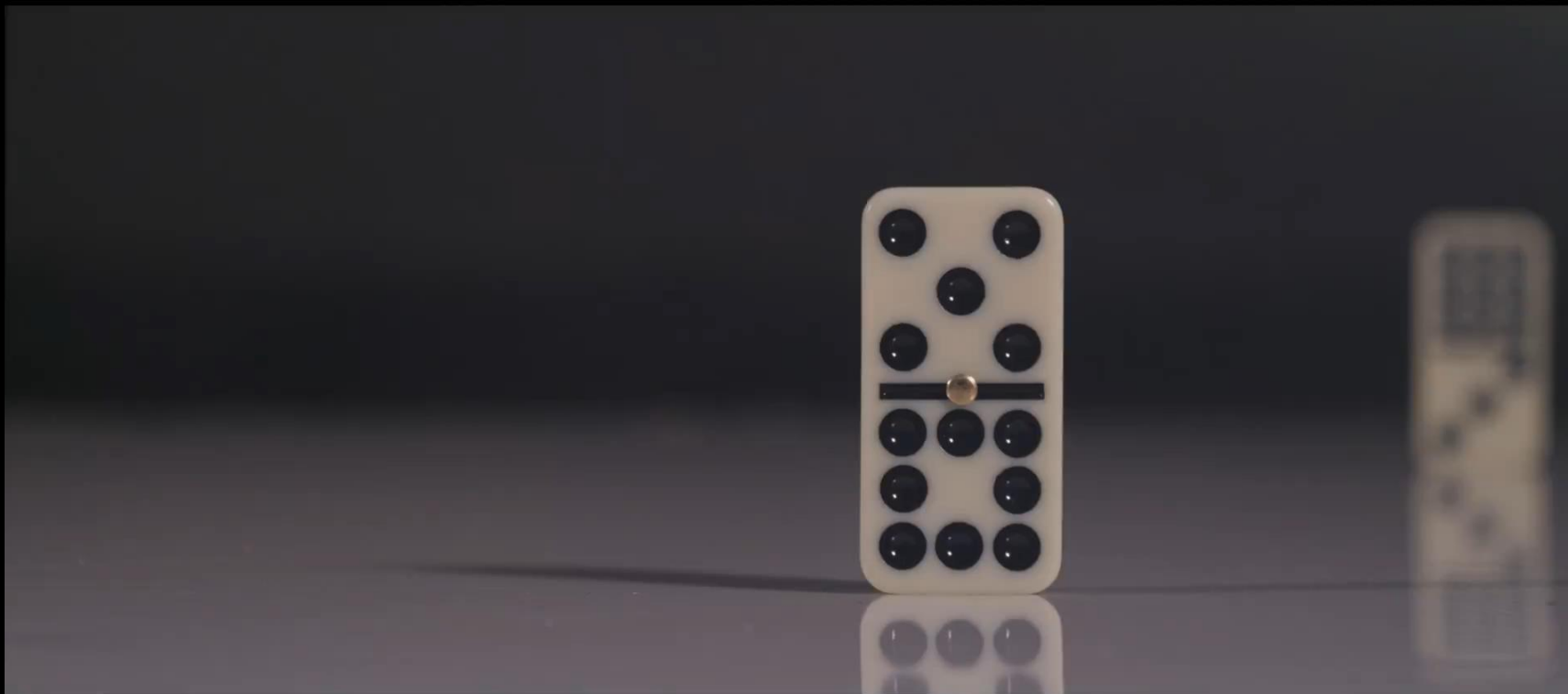
آشنایی با
بازاریابی در
منابع انسانی



ایجاد تغییر نگاه
از جذب سنتی به
جذب تجربه محور



اثر دومینو در یک نگاه



افراد بزرگ، سازمان‌ها را می‌سازند.

وظیفه‌ی ما پیدا کردن، نگه داشتن
و پرورش آن‌هاست.

جیم کالینز



بر اساس تحقیق موسسه CIPD

۷۵٪ مدیران منابع انسانی معتقدند: کیفیت جذب نیرو ← مهم‌ترین عامل موفقیت بلندمدت سازمان

فرهنگ سازمانی شما همان برند شماست. تونی هسیه، مدیرعامل فقید Zappos

مفاهیم اصلی فرآیند جذب



هزینه‌ی جذب اشتباه و استخدام نادرست

آلمان:
۶۵,۰۰۰ دلار

استخدام
اشتباه در
سطح مدیران:
۲۴۰,۰۰۰ دلار

آمریکا:
(۳۰٪ حقوق
سالانه فرد):
۲۴,۰۰۰ دلار

میانگین
جهانی:
۱۷,۰۰۰ دلار برای
هر استخدام
نادرست است.

مدل سه مرحله‌ای CIPD

۳- انتخاب
Selection

۲- شناسایی
Sourcing

۱- تعریف نیاز
Job analysis

مفاهیم کلیدی و چشم انداز جدید جذب

۱ جذب سنتی VS
جذب نوین
(بازاریابی و
تجربه محور)

۲ کارکنان
به عنوان
سفیر برند

۳ اهمیت تجربه
کارکنان
(Employee
Experience)

۴ معرفی
NPS و eNPS

بهترین تبلیغ برای برند شما،
حرف‌هایی است که کارمندان
پشت سرتان می‌زنند.

جف بزوس



معرفی کانال‌های جذب و ضریب تأثیر

۵۲٪ پلتفرم‌های کاریابی آنلاین

۸۵٪ شبکه‌سازی

۸۴٪ شبکه‌های اجتماعی

خروجی
مستقیم

معرفی کانال‌های جذب و ضریب تأثیر

۴ برابر احتمال
استخدام بیشتر

رفرال (Employee Referral)

۷۵٪

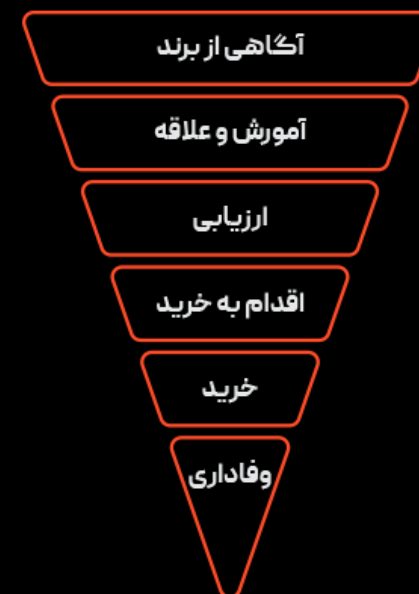
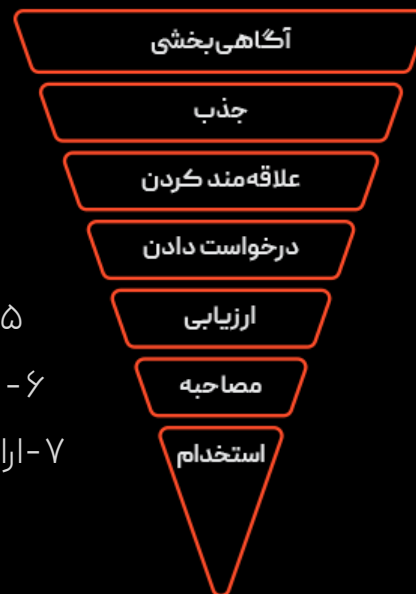
از طریق برند کارفرمایی



اثرب
دومینو

جذب Funnel بازاریابی و Funnel مقایسه‌ی

- ۱- آگاهی بخشی درباره‌ی برند سازمانی
- ۲- جذب کردن کارجویان به آگهی‌های شغلی
- ۳- ارائه‌ی اطلاعات بیشتر درباره‌ی فرصت‌های شغلی
- ۴- درخواست دادن کاندیداها برای عناوین شغلی
- ۵- ارزیابی کاندیداها بالقوه برای غربالگری و انتخاب فهرست نهایی
- ۶- انجام فرآیند مصاحبه برای مشخص کردن کاندیداها ی‌ایده‌آل
- ۷- ارائه‌ی پیشنهاد رسمی کار و پیشنهاد پذیرش ان به کاندیدای برگزیده



تکنیک‌های بازاریابی پنهان در فرآیند استخدام



شما پاسخ دهید!؟

چقدر احتمال دارد که کار کردن در **سازمان تان** را به دوستان
و آشنایان تان به عنوان **مکان عالی** برای کار توصیه می کنید؟
(از ۰ تا ۱۰)

چرا این امتیاز را دادید؟

ENPS (Employee Net Promoter Score)

۱- ابتدا همه پاسخ‌ها (۱۰ تا ۱) رو به سه گروه تقسیم می‌کنیم:

Promoters (مروجان/ترویج دهنده‌ها): امتیاز ۹ و ۱۰

Passives (راضی‌های منفعل): امتیاز ۷ و ۸

Detractors (منتقد‌ها): امتیاز ۶ تا ۱

۲- درصد هر گروه رو حساب می‌کنیم:

$$100 \times \frac{\text{تعداد پروموتورها}}{\text{کل پاسخ‌ها}} = \text{Promoters \%}$$

$$100 \times \frac{\text{تعداد منتقد‌ها}}{\text{کل پاسخ‌ها}} = \text{Detractors \%}$$

۳- فرمول ENPS:

$$\text{Promoters \%} - \text{Detractors \%} = \text{ENPS}$$

جذب رفتار و بازاریابی منابع انسانی

تعریف و اهمیت رفتار



ارتباط با eNPS



طراحی سیستم رفتار مؤثر



شاخص‌ها و KPI های ارزیابی جذب

Time to Fill (زمان پر کردن جایگاه شغلی)

Cost per Hire (هزینه به ازای هر استخدام)

Quality of Hire (کیفیت استخدام)

Retention Rate (نرخ ماندگاری کارکنان)

eNPS (شاخصی برای سنجش رضایت و وفاداری کارکنان).

اثر دومینو در شرکت Zappos

WOW Service/
شعار اصلی

فرهنگ منحصربه فرد
و ارزش های بنیادی

استخدام
فرهنگ محور

کارکنان به عنوان
سفیر برند

سیاست ۲۰۰۰ دلاری
برای وفاداری واقعی

قدرت جذب
از طریق رفتار

اثر دومینو در جذب

۸۵٪ نرخ ماندگاری بالا

برند کارفرمایی اصیل

شادی به عنوان استراتژی
اصلی کسب و کار



جمع‌بندی

- ۱- تغییر نگاه از جذب سنتی به تجربه محور
- ۲- کارکنان = قوی ترین سفیران برند کارفرمایی
- ۳- اثر دومینو: از تجربه مثبت تا جذب باکیفیت
- ۴- اهمیت شاخص های راهنما (Time to Fill, Cost per Hire, eNPS.)
- ۵- ساختن فرهنگ جذب پایدار

راه های ارتباطی:

 w w w . v i s m a n i t . c o m

 linkedin.com/in/vismansoftware

 linkedin.com/in/vahid-ghandehari

 + 9 8 9 2 1 0 4 6 3 4 9 9

سپاس
به امید دیدار