

ОТБОР КАНДИДАТОВ В РЕЖИМЕ ОНЛАЙН

Презентуем вам новый продукт – **HILL Online Matching**, представляющий собой онлайн-инструмент, специально разработанный специалистами HILL International для осуществления автоматического первичного отбора кандидатов в режиме онлайн. Или говоря иначе, для отсеивания неподходящих кандидатов. Данная услуга позволяет HR специалистам отбирать потенциальных сотрудников более эффективным способом. То есть, путем автоматического определения или выявления соответствия профиля кандидата профилю, заданному компанией. Данная услуга позволяет компаниям профессионально обрабатывать большое количество анкет, заполненных онлайн - кандидатами.

HILL Online Matching может быть интересен крупным казахстанским компаниям с большим, либо растущим количеством поступающих резюме, в основном, посредством Интернета или электронной почты, в ситуации, когда обработка поступающих резюме занимает много времени.

Помимо крупных местных компаний потенциальными клиентами являются большие иностранные компании, имеющие представительства в Казахстане.

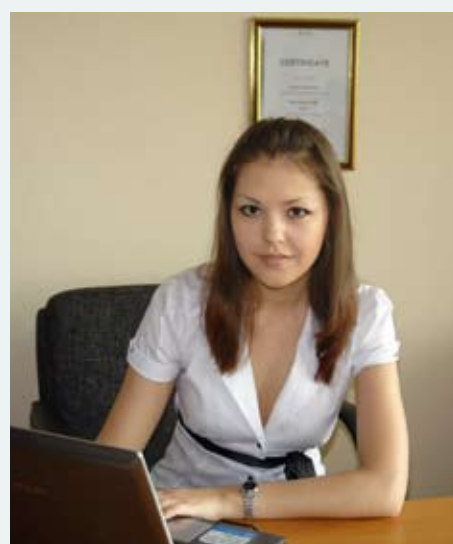
HILL Online Matching представляет собой опросник, который может располагаться сразу же за основной анкетой кандидата, вывешиваемой компанией на веб-сайте. На заполнение данного опросника уходит около 20 минут. Он включает в себя заранее подобранные характеристики (работоспособность, ситуативное поведение, интересы), которые могут содержать постоянные и пере-

менные факты. Все это формируется по желанию клиента в процессе подготовки к внедрению продукта, в зависимости от позиции. Позиция, на которую претендует тот или иной кандидат, оценивается по тем же критериям. Таким образом, мы можем сравнить результаты кандидата с заранее закодированным профайлом позиции и выявить соответствие/ несоответствие (см. схему). К тому же полученные результаты каждого кандидата можно сопоставить с профилями нескольких позиций.

– **Гипотетически опросник можно заполнить за 20 минут. Но так как при его разработке формируются не только вопросы, направленные на выявление профессиональных навыков и личностных особенностей кандидатов, но также возникает множество вопросов относительно нюансов компании-заказчика, то, вероятно, внедрение программы занимает ни день-два?**

– Да. Сама по себе процедура разработки продукта весьма ресурсоемкая, требует достаточно много времени. Вначале происходит встреча с работодателем-заказчиком, определяется концепция и требуемые позиции. С учетом всего этого и формируются вопросы со шкалой оценки.

– **Возьмем такую характерную ситуацию. Например, какой-то завод «XXX» выпускает продукцию машиностроения: цистерны, гигантские емкости, металлоконструкции. Одним словом, высокотехнологичную продукцию, пользующуюся повышенным спросом за рубежом. Срочно требуется инженер-металлург. Возраст особого**



Мargarита Руханова,
консультант по развитию новых
продуктов и услуг HILL International

значения не имеет. Важны хорошее образование, солидный опыт, работоспособность, серьезный послужной список.

– Естественно, сам опросник будет подстроен под данную позицию. А для этого директор по персоналу или первый руководитель должны предоставить подробное описание должности, предъявляемые к позиции специфические требования, а также компетенции, необходимые для сотрудника. Все это определяется во время встречи с консультантами нашей компании. Представители завода должны подробно рассказать, что собой представляет сама компания, коллектив, взаимоотношения

в нем по горизонтали и вертикали, в каком он режиме работает, какая в нем царит творческая атмосфера и какова корпоративная культура организации в целом и т.д. Кому соискатель должен подчиняться и кто будет подчиняться ему. И уже потом после интегрирования всей полученной информации и составляются вопросы опросника.

– Процедура автоматического отбора кандидатов на этой стадии ясна. Но теперь пора, наверное, перейти к вопросу о том, в какой ситуации компания может внедрять HILL Online Matching.

– Мы уже говорили о том, что этот продукт может быть интересен для крупных местных компаний, либо иностранных компаний, имеющих представительства на территории РК. Скажем, для того, чтобы разгрузить работу специалистов, у которых и без того много полномочий, чтобы сократить трудозатраты и добиться значительной экономии времени, которое они тратят на обработку резюме. Что касается иностранных компаний, то здесь преимущества от использования продукта в том, что в представительствах чаще всего нет значительных ресурсов для принятия большого количества HR-решений, в том числе и в сфере отбора, поэтому проще, когда головной офис приобретает продукт, тем самым, упрощая работу представительств. В целом, можно выделить несколько ситуаций, находясь в которых компании получают преимущества от использования данного продукта. Итак, во-первых, при большом количестве поступающих резюме, обработку которых компания планирует сделать более эффективной и профессиональной. Помимо этого, в случае расширения компанией своего поля деятельности, то есть открытие новых представительств, в таких случаях часто сроки поиска персонала ограничены. В-третьих, увеличение качества сервиса и, соответственно, необходимость в более целенаправленном поиске подходящих кандидатов.

– Имеет ли она что-нибудь общее с продуктом Oracle – автоматизированной системой управления персоналом, о котором мы уже рассказывали в нашем журнале («Персонал», № 12 за 2007 г.). Это так называемый интегрированный набор модулей Oracle E-Business

Suite HRMS, который включает в себя iRecruitment (Интернет-рекрутинг).

– Во-первых, наш продукт рассчитывается под нужды какой-нибудь определенной целевой группы. Продается наш продукт крупным компаниям, имеющим большой штат, ежедневно получающим по Интернет или электронной почте большое количество резюме на ограниченное количество вакансий. И для того, чтобы как можно быстрее и четче отсортировать массу поступающей информации, мы и предлагаем эту систему. Конечно, если на ту или иную должность (позицию) претендует малое количество соискателей, то эта услуга, возможно, не потребуется, а к работе по такой позиции лучше привлечь внешнего рекрутера. Вся процедура от снятия заказа до внедрения продукта занимает немало времени и стоит недешево, поэтому наиболее оптимально внедрять ее компаниям с числом сотрудников от 200 и более, либо в организациях с разветвленной филиальной сетью.

Во-вторых, данная услуга уместна и эффективна при стремлении достичь следующего:

- повышение эффективности первичного отбора при большом количестве поступающих резюме;
- повышение качества отбора;
- облегчение работы и сокращение временных затрат сотрудников, ответственных за рекрутинг;
- ускорение процесса обратной связи. Потому что при использовании нашей услуги учитывается индивидуальная обратная связь с каждым кандидатом.

То есть никто не останется без внимания и необходимой информации. Все кандидаты получают ответ, оценку и если даже кандидат не подходит на какую-то конкретную позицию, все равно он останется в списке и его можно будет рассмотреть применительно к другой позиции.

Продукт наш эффективен и в тех ситуациях, когда компании нужно достичь каких-то стандартных критериев отбора кандидатов, чтобы не было все разбросано и размыто, когда нужно эффективно задействовать резюме, являющееся не вполне подходящим на данный момент, но которое может оказаться полезным

и ценным в будущем, когда нужно и необходимо оценить и оптимизировать в принципе существующий процесс рекрутинга в целом.

– Какова выгода от использования данного продукта?

Все перечисленное выше непосредственно влияет на выгоды от HILL Online Matching. Тем самым повышается эффективность при отборе персонала. Подходящие кандидаты отбираются легко и на высокопрофессиональном уровне. Компания экономит средства и в тоже время достигает лучших результатов.

– Извините, но не рубите ли вы тем самым сук, на котором сидите. Вот вы продали этот продукт компании, они сидят там, в офисе, отбирают себе преспокойно кандидатов, сами проводят с ними собеседования.

Так как мы не предоставляем услуги «массового рекрутинга», а занимаемся подбором высококвалифицированных специалистов среднего и высшего звена, то тем самым отвечаем на ваш вопрос.

Возьмем, к примеру, банковскую систему. Там многие учреждения пытаются сэкономить на рекрутинге, не обращаясь к услугам рекрутинговых агентств. Им выгоднее содержать штат из пяти человек эйчар-службы. Им, конечно же, лучше приобрести наш продукт и максимально использовать преимущества и выгоды от его эксплуатации. Если обратиться к исследованиям, то при работе внутренних эйчаров фирм экономится до 75% рабочего времени, которое может быть использовано для решения многочисленных кадровых вопросов и проблем, связанных с обучением, мотивацией, оценкой и аттестацией персонала.

Использование нашего продукта позволяет сократить затраты по двум причинам: отпадает необходимость повторного отбора персонала, связанного с неудачным, ошибочным выбором и поиском кандидатов.

Что касается программного обеспечения нашего продукта, то в соответствии с определенными стандартами организацией разрабатывается интерфэйс, соответствующий корпоративному стилю той или иной компании. Наш опросник, таким образом, будет функци-

онировать на сайте компании-заказчика, как его интеллектуальная собственность.

– Сколько времени занимает внедрение продукта в какой-нибудь компании?

– В целом на весь процесс уходит около трех месяцев, начиная с разработки основной концепции и заканчивая внедрением с уже проверкой и доработкой каких-то отдельных нюансов. Таким образом, процесс внедрения достаточно долгосрочен. И это притом, что указанный отрезок времени – минимальный срок при обязательной всесторонней поддержке клиента. Для крупных компаний, имеющих филиалы и многочисленный коллектив, он и окупается достаточно быстро и дает ряд преимуществ в дальнейшей работе по улучшению управления персоналом.

Например, если учесть, что приблизительно 25% из примерно 5 тысяч резюме, поступающих в год, проходят дальше, то детальные расчеты первой стадии показывают следующие цифры. Чтение и оценка 3750 резюме, включая прочие документы кандидатов на позиции, и отклонение неподходящих кандидатов приводит к экономии примерно 940 часов рабочего времени в год.

– И еще, какими соблазнительными плюсами располагает сей продукт?

– Предполагается, что если даже 10% из выше приведенных 3750 резюме гипотетически будут все-таки приняты к сведению и лица, фигурирующие в них будут приглашены на собеседование,

каждое из которых занимает 30 минут на человека, включая подготовку к интервью, то получается экономия еще 190 часов рабочего времени в год. Просчитав затраты, включая заработную плату эйчар-специалистов, экономия составит порядка 33 тысяч 900 евро в год. Сумма, как видите, немалая. И это только на процессе отбора резюме.

Резюмируем сказанное.

В процесс внедрения продукта HILL Online Matching входит всесторонняя консультация представителей компании-заказчика. Отметим 5 стадий.

Первая стадия черновая. Определение позиций, намеченная шкала оценки (примерная). Определение функциональности системы заказчика и ее увязка с системой, предлагаемой HILL. Выбор интерфейса, план размещения оборудования, дизайн продукта под корпоративный стиль клиента. А далее

идет стадия развития. Здесь уже шкала оценки прорабатывается более досконально. Уже составляется графический дизайн, программирование, то есть, процесс подготовки и корректировки компонентов программ на соответствие их системе. Создание оценочного и системного текста, а также происходит кодировка позиций. То есть, это процесс перевода данных исследования в ту форму, которая может быть использована при подсчете.

Затем - сам процесс функционирования теста и тренинг. Здесь уже доставка продукта клиенту, проверка на функциональность, гарантия качества и проведение тренинга. Затем наглядное функционирование, утверждение системы, оценка, итоговая версия, адаптация и приведение автоматизированной системы к отрегулированному виду.



Уважаемые рекламодатели!

Стоимость рекламной площади в журнале «Персонал»

На внутренних страницах журнала:	Площадь	Итого (тенге)	лист А 4 формата
С 3-ей по 48-ю стр.	500см2	100 000	1
	250см2	60 000	1/2
	160см2	40 000	1/3
	125см2	20 000	1/4
На страницах обложки журнала:			
2-я и 3-я стр.	500см2	140 000	1
	250см2	80 000	1/2
	125см2	40 000	1/4
4-я стр.	500см2	190 000	1
PR статьи на внутренних страницах журнала:			
PR статьи	500см2	100 000	1

*При заключении договора на размещение рекламы в шести номерах – скидка 10%;
При заключении договора на размещение рекламы в двенадцати номерах – скидка 15%;*

По всем вопросам обращаться:

Тел. (727) 258- 50- 86 вн.242

Rso_00@grossbuh.kz

www.grossbuh.kz