

image not found or type unknown



Имидж организации на рынке труда может существенно повлиять на финансовые показатели, особенно в текущих экономических условиях. Во-первых, поиск и найм профессионалов требует постоянных и совсем немалых затрат на рекрутеров, собственную кадровую службу и рекламу вакансий. Во-вторых, негативный или отсутствующий имидж организации приводит к тому, что хорошие специалисты соглашаются работать там только с более высокой, как минимум процентов на 25, оплатой труда. В-третьих, процесс текучки кадров вносит разлад в коллектив, тем самым снижая финансовую эффективность деятельности фирмы.

Проблема имиджа на первый взгляд очевидна, но до сих пор многие работодатели не считают нужным анализировать свои брендовые позиции на кадровом рынке. Товарный бренд для усиления сбыта на ключевых рынках – один вопрос. Имидж работодателя как бренд среди потенциальных работников и действующих сотрудников – другой, не менее важный вопрос. Низкая конкурентоспособность на рынке труда часто затрудняет развитие компании и освоение новых рынков.

Хороший имидж компании-работодателя позволяет не только сэкономить деньги на рекрутинге, но и удержать хороших специалистов. Первым шагом в этом направлении может стать спланированная и подготовленная кадровая кампания. Соискатели должны легко получать информацию о деятельности компании, событиях и корпоративных мероприятиях.

Таким образом, работодатель обеспечивает себе формирование имиджа на перспективу. В любом случае, вновь принятые сотрудники должны на деле увидеть все преимущества, заявленные в описании вакансии. Это касается и декларируемого социального пакета, и атмосферы, и круга обязанностей. Выиграть битву на рынке труда, завоевать право привлекать в организацию лучших специалистов – залог успеха и роста любого бизнеса. Никогда не поздно проанализировать проблему и приступить к ее решению.