

В Воронеже обсудили проблемы HR-бренда

В Воронеже прошла очередная встреча бизнес-сообщества DataArt Club, темой сбора стал HR-бренд.

Поговорить на эту важную для всех компаний тему 26 июня в ПАБе «Сто Ручьев» собралось более 50 руководителей бизнеса, директоров компаний, руководителей кадровых служб, HR-менеджеров, PR-специалистов и журналистов.

Первую презентацию «HR-брендинг в условиях кризиса: лучшее из практики ведущих компаний» представила Лиля Шатрова, кандидат социологических наук, бизнес-тренер, руководитель Корпоративного университета компании HeadHunter. Выступление Лиля начала интерактивным упражнением, предложив участникам DataArt Club разделиться на команды и с разных сторон ватмана описать положительное и отрицательное влияние кризиса на конкретные компании. Задание вызвало бурную дискуссию, но представители команд смогли отстоять собственную точку зрения.

В ходе встречи Лиля рассказала, как HR-branding влияет на эффективность работы сотрудников, почему в кризис нельзя забывать о внутреннем имидже компании и почему при создании лучших условий работы в компании будут лучшие сотрудники. «Компании работают с собственной репутацией, чтобы быть наиболее привлекательными и для соискателей, и для собственных сотрудников. Сегодня многие точно знают, что сильный HR-бренд — залог успеха на рынке и имиджа компании в глазах бизнес-сообщества. Вот почему в кризис жизненно необходим эффективный кадровый менеджмент и внутренний PR», — прокомментировала спикер.

Со второй презентацией «Премия «HR-БРЕНД 2009» выступила директор Воронежского филиала группы компаний HeadHunter Ирина Веретенникова, рассказавшая об опыте реализации проектов по HR-branding в компаниях Воронежа и про участие региональных компаний во всероссийской Премии «HR-бренд».

В конце встречи прошло награждение лауреатов премии HR-БРЕНД 2008: Воронежскую Транспортную Компанию «Логистик» и ОАО «Корпоративные Сервисные системы» (ОАО «КорСсис») из Белгорода. Затем встреча DataArt Club продолжилась в неформальной атмосфере сообщества. Участники сообщества знакомились за чаем и кофе, общались друг с другом, высказывали новые темы и идеи для следующих встреч.