



РОССИЙСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ  
СОЦИАЛЬНЫЙ  
УНИВЕРСИТЕТ

ЭКОНОМИЧЕСКИЙ  
ФАКУЛЬТЕТ

Направление подготовки:  
**38.03.05 Бизнес-информатика**

Направленность:  
**Аналитика систем  
управления и организации**

## КОНКУРС ПРОЕКТОВ АБИТУРИЕНТОВ – 2022

«Трансформация системы поиска новых сотрудников компании с помощью IT-технологий:  
как повысить удобство поиска работы и эффективность отбора кандидатов»

Конкурс рассчитан на тех, кто хочет попробовать свои силы в области бизнес-аналитики и проектной деятельности

**Мы подготовили кейс, который покажет Вам одну из профессиональных задач, и приоткроет окно в профессию**

### Преимущества для Вас:

- 1. Мы дадим экспертную оценку Вашей работы, вне зависимости от достигнутого Вами результата испытания.** Это поможет определить Ваши сильные и слабые стороны и даст возможность более четко определить индивидуальный трек профессионального развития.
- 2. Призерам / участнику: + 1 дополнительный балл, Победителям: + 2 дополнительных балла.** По итогам мероприятия будут выдаваться электронные сертификаты с указанием баллов, которые могут быть засчитаны *в качестве Индивидуального достижения при поступлении.*

## Описание изначальной ситуации (постановка проблемы кейса)

В фокусе исследования: деятельность крупного российского универсального интернет-магазина

до 2020 года

Для поиска сотрудников компания использовала **только следующие каналы:**

- job-площадки
- сайты объявлений
- наружную рекламу

стандартный путь решения проблем с HR-процессами

### СТАНДАРТНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

- ✗ нехватка сотрудников на складах, особенно весной/осенью, когда заказ через интернет-магазин наибольшее количество (высокий сезон)
- ✗ новые сотрудники приходят, но вскоре (2-3 недели) или они сами отказываются от работы, или они не подходят компании

начало пандемии и локдаун

### ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ

- ✗ скачкообразный рост продаж: покупки через интернет выросли в десятки раз
- ✗ увеличение нагрузки на склады: нужно больше сотрудников, удовлетворяющих требованиям
- ✗ изменение требований соискателей на должности

трансформация бизнес-процессов поиска новых сотрудников

с 2020 года

Для поиска сотрудников компания начинает **использование инструментов digital-маркетинга на постоянной основе**



## Стандартный путь решения поставленной бизнес-проблемы



До наступления форс-мажорных условий

Планирование

- 1) провели маркетинговое исследование
- 2) проанализировали HR-процессы в компании
- 3) изучили опыт конкурентов

*Так выглядит  
обычное  
представление  
о деятельности ...*

Реализация

- 4) рассчитали требуемый объем запросов на работу от кандидатов
- 5) выбрали каналы привлечения: информирование о вакансиях, постинг в VK и Telegram, контекстная реклама «Яндекс Директ», таргетированная реклама, SMS-рассылка по базе соискателей, размещение вакансий на HH.ru

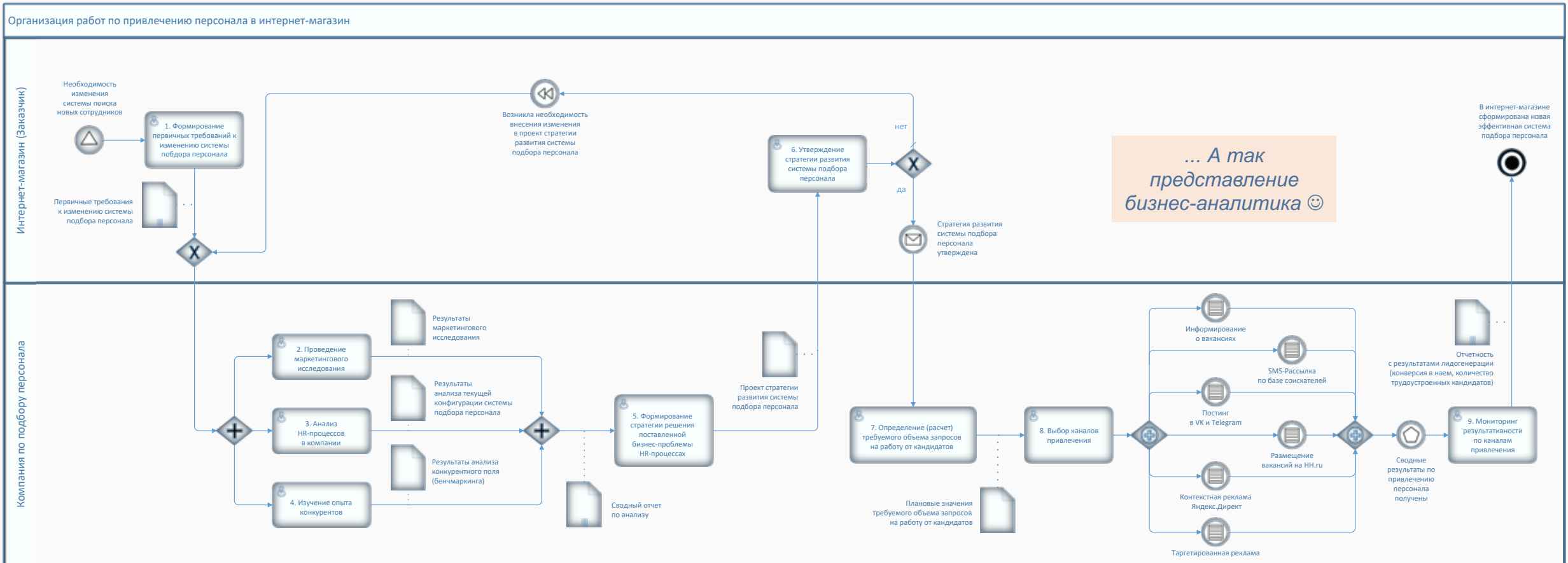
**Стратегия:**

лидогенерация  
с оплатой за кандидата,  
заинтересованного в работе

Результат

- 6) работа велась в штатном режиме до возникновения форс-мажорных условий (!)

# Стандартный путь решения поставленной бизнес-проблемы



Описание стандартной схемы реализации задачи привлечения новых сотрудников будет предоставлено дополнительно всем зарегистрировавшимся участникам Конкурса



После наступления форс-мажорных условий – НАЧАЛО ПАНДЕМИИ И ЛОКДАУН

Всем компаниям пришлось  
перестраивать свою работу

⇒ трансформировать  
бизнес-процессы

И у бизнес-аналитиков работы стало еще больше 😊

В нашем случае задач оказалось несколько:

- ✗ справиться с ростом продаж:**  
покупки через интернет выросли в десятки раз
- ✗ увеличение нагрузки на склады:**  
нужно больше сотрудников, удовлетворяющих требованиям (увеличение количественного плана найма)
- ✗ изменение требований соискателей на должности**

Вопрос:

как трансформировать систему поиска новых сотрудников с помощью IT-технологий (?)

- ✓ Пересмотрели креативную концепцию под изменившиеся требования соискателей
- ✓ Решили задачу автоматизированной фильтрации заявок
- ✓ Оптимизировали решения по найму в условиях профицита кандидатов
- ✓ Дали критическую оценку каналов привлечения кандидатов и провели перезагрузку коммуникационной стратегии
- ✓ Нашли резервы роста, расширили "воронки отбора", изменили оффер со стороны компании

Старт проекта пришелся на начало мировой пандемии (март 2020), но локдауна в России еще не было. Поэтому на первых порах работа велась в штатном режиме. К середине апреля многие компании поставили кадровые процессы на паузу, но этот интернет магазин.

### Пересмотрели креативную концепцию под изменившиеся требования соискателей

Сделали акцент на моментах, особенно важных в это время:

- ✓ своевременная зарплата без задержек
- ✓ отсутствие риска попасть под сокращение
- ✓ возможность пройти собеседование онлайн
- ✓ трудоустройство и выход на работу за 24 часа

Количественно план найма менять не пришлось, так как стратегия изначально предполагала прирост под весенний сезон.



### Решили задачу автоматизированной фильтрации заявок



#### Результаты этапа подбора

2400 заинтересованных соискателей (март-апрель 2020)

200 кандидатов трудоустроено

8,33% конверсия в наем

*Инструмент автоматизированной фильтрации* – это уникальный продукт компании по найму, разработанный специально под требования интернет-магазина.

*[Бизнес-аналитики – проектировали эту систему]*

Разработка направлена на то, чтобы клиенту не приходилось обрабатывать все поступившие лиды: он получает анкеты только целевых кандидатов. Первичный скрининг проводится автоматически, без участия человека.

Система фильтрации работает так:

- ✓ весь входящий трафик направляется в базу компании по найму
- ✓ автоматический фильтр настроен по определенным критериям: опыт работы, образование, возраст, пол и т.д.
- ✓ интернет-магазин получал только целевых релевантных соискателей, которые ознакомились с вакансией и прошли фильтрацию

Обработка анкет велась на стороне клиента, кандидатов обзванивали штатные рекрутеры. В «горячие» периоды отклики поступали ежедневно: и команда компании по найму, и специалисты интернет-магазина работали в режиме 24/7, включая выходные.



В мае 2020 на рынке труда появилось большое количество соискателей, которые лишились работы из-за сокращений. Кандидаты приходили самостоятельно, поэтому интернет-магазин мог закрывать вакансии без финансовых вложений.

В этой ситуации оптимальным решением для заказчика было поставить рекламные кампании на паузу. Режим ожидания продлился до середины августа, пока не исчез эффект переизбытка кандидатов.

### Дали критическую оценку каналов привлечения кандидатов и провели перезагрузку коммуникационной стратегии

В августе-сентябре 2020 реклама снова была активизирована, запустили масштабный подбор

- ✓ На основе данных в собственной базе аналитики был проведен анализ всех рекламных кампаний
- ✓ Внесены корректировки – в первую очередь оптимизированы и отключены все неэффективные рекламные кампании, по которым отгружаемые клиенту лиды не конвертировались в записанных на собеседование соискателей

Креативная команда скорректировала коммуникационную стратегию. Для оперативного старта потребовался один рабочий день.



#### Результаты этапа подбора

2000 заинтересованных соискателей  
200 кандидатов трудоустроено  
10% конверсия в наем

Традиционно октябрь – разгар бизнес-сезона для многих компаний.  
На HR-рынке повышается активность, что влечет рост конкуренции и борьбы за каждого соискателя.

В результате увеличивается стоимость привлечения одного кандидата.  
Перед компанией по найму стояла задача в условиях возросшей конкуренции вырасти в объеме лидогенерации в два раза.

### Нашли резервы роста, расширили «воронки отбора», изменили оффер со стороны компании

Компания приступила к **поиску резервов**, которые позволят обеспечить такой прирост, с разных сторон

В первую очередь **проанализировали отзывы сотрудников о компании**, выявили моменты, на которые стоит обратить внимание.

Параллельно **проработали рекламную кампанию**, используя накопленные данные:

- + сегментировали целевую аудиторию
- + оптимизировали рекламные кампании в Яндекс и Google
- + запустили локальный таргетинг в соцсетях

Но внесенные изменения не дали достаточного результата. Учитывая, что весь digital уже запущен и оптимизирован, стало понятно, что нужно идти с другой стороны и **менять само предложение**.

Такая работа невозможна без участия самого работодателя.

- ✓ Расширили воронку отбора
- ✓ Изменили оффер
- ✓ Оптимизировали креативы под условия пандемии

### Изменили оффер

#### ✓ Подняли уровень заработной платы

Анализ рынка показал, что это основной фактор, которым можно выигрывать конкуренцию за соискателей. Позиционируясь как лидер рынка, интернет-магазин предложил одни из лучших условий в отрасли.

#### ✓ Подчеркнули ключевые запросы соискателей

В текстах продолжили подчеркивать важные для соискателей преимущества: стабильность работы, официальное трудоустройство, регулярные выплаты.

### Оптимизировали креативы под условия пандемии

#### ✓ Сделали акцент на безопасности рабочих мест

Дополнили посадочные страницы фотографиями сотрудников в масках, разместили информацию о строгом соблюдении эпидемиологических норм: санитайзеры, дистанцирование, температурный скрининг и т.д.

### Расширили воронку отбора

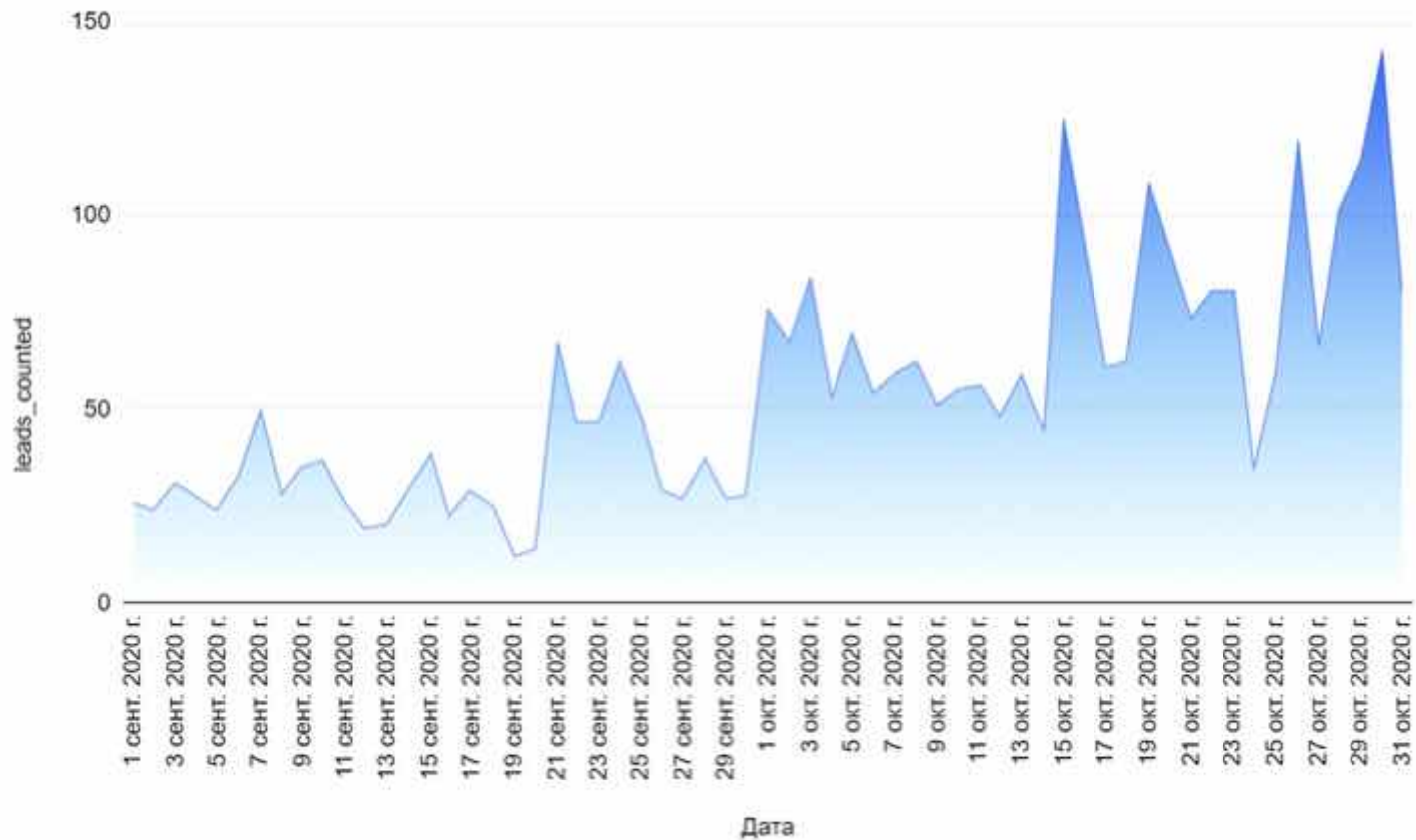
#### ✓ Увеличили возрастную группу

Компания по найму предложила рассматривать кандидатов от 18 лет. Ранее нижней границей был возраст 20 лет, из-за чего отсеивались 10% откликов.

#### ✓ Расширили географию

Интернет-магазин принял решение запустить дополнительный корпоративный транспорт из других населенных пунктов.





Разносторонняя проработка позволила предложить соискателям лучшие условия на рынке и максимально выигрышно оформить офферы

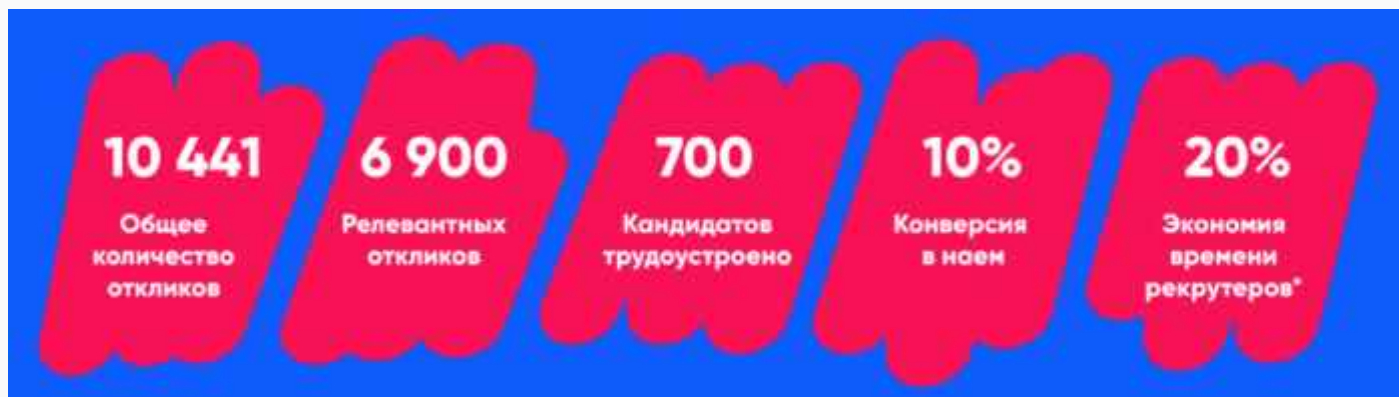
**Такой подход дал ожидаемые результаты**  
(по итогам октября 2020):

- ✓ прирост объема лидов в день по отношению к сентябрю составил 40%
- ✓ количество лидов увеличилось в 2,5 раза

### Результаты этапа подбора

2500 заинтересованных соискателей  
300 кандидатов трудоустроено  
12% конверсия в наем

## КОНКУРСНОЕ ЗАДАНИЕ



Готовый проект предоставляется в виде презентации

(не более 10 слайдов, включая титульный слайд)

### ЗАДАНИЕ

Дать свою оценку реализованным бизнес-решениям и дополнить текущий вариант решения

- I. Проанализировать сильные и слабые стороны бизнес-решений, реализованных на разных этапах проекта
- II. Оценить перспективные ИТ-технологии, применяемые в сфере привлечения новых сотрудников
- III. Предложить улучшения системы поиска новых сотрудников и дополнительные digital-каналы привлечения соискателей (с оценкой их эффективности)

## Степень проработки проблемы

15 баллов

- 1.1 Описание бизнес-проблемы
- 1.2 Актуальность
- 1.3 Четкость формулирования цели и решаемых задач

## Обоснованность предлагаемых решений

25 баллов

- 2.1 Обоснование выбора методов решения
- 2.2 Наличие фактологической информации подтверждающей ключевые выводы

## Систематизированность представленной информации по проекту

25 баллов

- 3.1 Логичность изложения
- 3.2 Полнота изложения ключевых выводов в условиях ограничений по объему презентации

## Эффективность предлагаемых мероприятий

10 баллов

- 4.1 Рассмотрение эффективности предлагаемых мероприятий: экономической, социальной и т.п.

## Уровень визуализации предлагаемого бизнес-решения

25 баллов

- 5.1 Структура презентации
- 5.2 Информативность слайдов
- 5.3 Полнота изложения

## КАЛЕНДАРЬ КОНКУРСА



28 февраля 2022  
Размещение полного  
описания кейса



14 марта 2022  
Начало регистрации  
на Конкурс



10 апреля 2022 (в 20:00 по МСК)  
Завершение регистрации  
на Конкурс



11 апреля 2022  
Начало приема  
конкурсных работ



17 апреля 2022  
(в 20:00 по МСК)  
Завершение приема  
конкурсных работ



20 апреля 2022  
Оценка конкурсных работ  
и подведение итогов Конкурса

РЕГИСТРАЦИЯ  
ПО ССЫЛКЕ

<https://forms.gle/JQ5eeRPiKfgqGafP8>

## ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ

Чтобы получить правильный ответ – необходимо сначала задать правильный вопрос (!)

Это работает и в бизнес-аналитике:  
чтобы предложить оптимальное бизнес-решение  
необходимо изначально идентифицировать и разобраться в бизнес-проблеме



РЕГИСТРАЦИЯ  
ПО ССЫЛКЕ

<https://forms.gle/JQ5eeRPiKfgqGafP8>

После регистрации на Конкурс  
Вы получите дополнительную  
интересную информацию по кейсу (!)

- + описание первичного бизнес-решения
- + пример применения некоторых техник бизнес-анализа
- + дополнительные сведения для бизнес-решения по трансформации системы поиска новых сотрудников





**Экономический факультет**

Адрес: Москва, ул. Стромынка, д. 18

Телефон: +7 (495) 255-67-67 доб. 2079, 2072, 2134

Email: [info@business-informatics.ru](mailto:info@business-informatics.ru)

Сайт: [www.business-informatics.ru/bakalavriat](http://www.business-informatics.ru/bakalavriat)

**Декан факультета:** Солодуха Петр Викторович  
**Руководитель ОПОП:** Васютина Екатерина Сергеевна