



E-BOOK

АЛЕНА ГЕЙДТ

ЭЙЧАРГЕЙТ

Нейроэйчарг

Как сотрудникам по управлению персоналом
повысить свою продуктивность в 5 раз с помощью нейросети

Алена Гейдт

Эйчаргейт. Нейроэйчар

Текст предоставлен правообладателем.

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=69434773

Эйчаргейт. Нейроэйчар / Алена Гейдт: СУПЕР Издательство; Санкт-

Петербург; 2023

ISBN 978-5-9965-2840-0

Аннотация

Книга даст практические советы и инструкции, как кардинально изменить свой подход к работе в сфере HR, стать в пять раз продуктивнее и выйти на новый, робофизический уровень управления персоналом. Вы сможете применить новейшие технологии в таких направлениях работы с персоналом, как организационный дизайн, построение системы мотивации, грейдинг, разработка системы управления эффективностью в компании, а не только рекрутинг и сорсинг. Узнаете, как с помощью нейросети разрабатывать и проводить стратегические сессии для своей компании, а также формировать индивидуальные траектории обучения для своих сотрудников.

Содержание

Об авторе	5
Письмо от автора	9
Введение	13
Раздел 1	15
Раздел 2	20
Раздел 3	38
Раздел 4	43
Конец ознакомительного фрагмента.	51

**Алена Гейдт
Эйчаргейт
Нейроэйчар**

**Как сотрудникам по
управлению персоналом
повысить свою
продуктивность в 5 раз
с помощью нейросети**

Об авторе



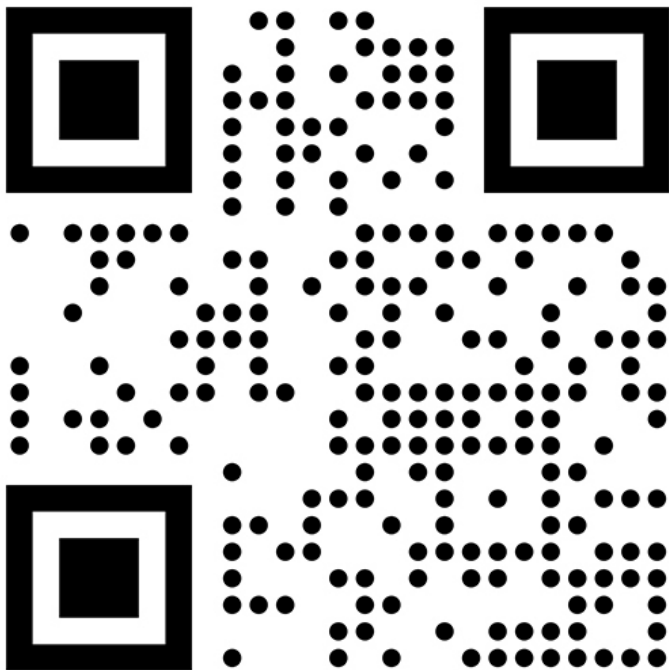


Алена Гейдт

- Стратегический HR-директор с 19-летним опытом работы в крупнейших производственных, финансовых компаниях России и СНГ, а также институтах развития.
- В 2015 году вошла в список топ-50 директоров по персоналу России.
- Имеет международную профессиональную сертификацию Senior certified HR Professional.
- Победитель федерального конкурса «Лидеры России» в 2018 году.
- Победитель «Открытого отбора» АСИ по треку «HR Director» в 2020 году.
- Победитель Лиги лекторов (2021).
- Автор телеграм-канала «Эйчаргейт».
- Автор книги «Как изменить работу с персоналом в компании за 90 дней».
- Автор бизнес-игры по наставничеству «Пятый элемент».

Письмо от автора

Привет, дорогой друг! Ты держишь перед собой эту книгу потому, что, во-первых, прошел уже год с момента выхода в свет первой книги, «Эйчаргейт. Как изменить работу с персоналом в компании за 90 дней»:



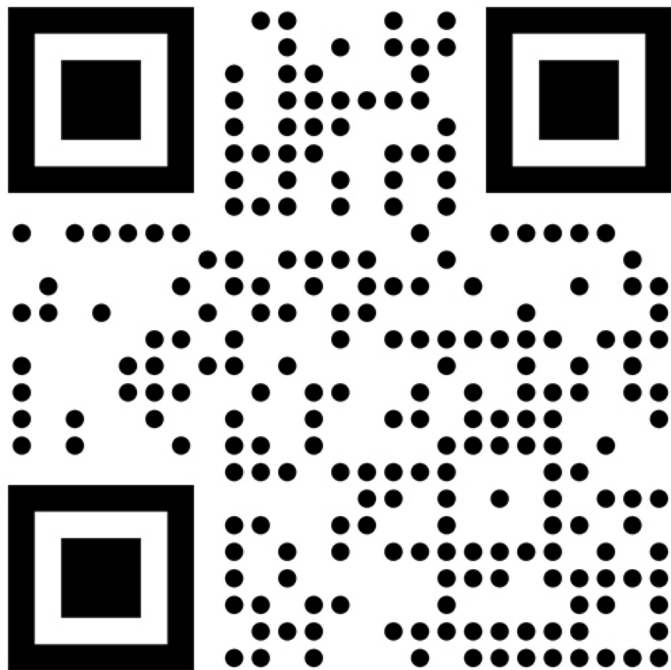
Если она у тебя есть – поздравляю, эти две книги дадут тебе невероятное комбо и более трехсот инструментов по управлению персоналом. Если нет, то по кьюар-коду ты можешь заказать ее себе в коллекцию!

Мне очень приятно порадовать тебя продолжением этой книги, посвященным практическим опять же советам, как

кардинально изменить свой подход к работе в сфере HR, стать в пять раз продуктивнее и выйти на новый, робофизический уровень управления персоналом.

Удачи и да пребудет с тобой Сила HR!

Важно! Необходимая инструкция по работе нейросети размещена здесь:



Я подключалась к ней с помощью своих ассистентов (так как там требуется регистрация не из России). Вы тоже можете им написать и получить свою личную нейросеть в пользование. А дальше – пиши ей запросы, получай ответы, используй эти подсказки для повышения своей продуктивности и новых идей.

Пойдем мы по логике двенадцати глав основной книги и посмотрим, как нам может помочь нейросеть в изменении работы с персоналом в компании в кратчайшие сроки.

Введение

Дорогие читатели,

Приветствую вас в мире нейроэйчара – невероятного сочетания нейросетей и управления персоналом, которое превратит вашу команду в настоящую продуктивную машину! Да-да, вы не ослышались! Мы говорим о том, чтобы увеличить продуктивность ваших сотрудников в три раза! Это не магия и не шутка, а реальность, которую мы собираемся раскрыть в этой удивительной книге.

Вы, наверное, думаете, что мы с ума сошли? Что такое нейроэйчар и какие связи между нейронами и эйчарами? Мы рады, что вы задаете эти вопросы! Да, может быть, немного необычно звучит, но поверьте, этот неформальный подход к управлению персоналом вполне оправдан. Ведь кто сказал, что управление должно быть скучным и формальным? Мы предлагаем вам новое видение, полное энергии, юмора и нестандартных подходов.

Итак, пристегните ремни безопасности и готовьтесь к захватывающему путешествию в мир нейроэйчара! В этой книге мы раскроем перед вами секреты применения нейросетей и искусственного интеллекта для улучшения продуктивности вашей команды. Мы расскажем о новейших технологиях, инновационных подходах и гениальных идеях, которые помогут вам достичь невероятных результатов.

И помните, друзья, что нейроэйчар – это не только о битах и байтах, а и о людях! Ведь самая важная составляющая успешного управления – это отношения с вашей командой. Поэтому наши советы, методики и трюки также будут включать в себя здравый смысл, эмпатию и человеческий фактор.

Готовы ли вы отправиться в путешествие, которое изменит ваш взгляд на управление персоналом? Мы уверены, что да! Ведь вы, наши читатели, ищете новые возможности, стремитесь к развитию и готовы к вызовам.

Раздел 1

Расставить приоритеты

Для этого нужно прояснить, чего же хотят первые лица от эйчаров. Помнишь, в книге я делала анализ ВСЕХ текущих вакансий директоров по персоналу в России? Сегодня это заняло тридцать секунд, и запрос к нейросети звучал так:

Напиши список топ-10 запросов от CEO к директору по персоналу.

1. Как улучшить производительность и эффективность нашей команды?
2. Какие шаги мы можем предпринять, чтобы привлечь и удержать талантливых сотрудников?
3. Какие программы обучения и развития мы можем предложить нашим сотрудникам?
4. Как мы можем оценить производительность сотрудников и какие метрики мы должны использовать?
5. Какие изменения в организационную структуру и компенсационную систему мы можем внести, чтобы повысить мотивацию сотрудников?
6. Как мы можем снизить текучесть кадров и увеличить удовлетворенность нашей команды?
7. Как мы можем обеспечить равенство и разнообразие в

нашей команде и создать инклюзивную рабочую среду?

8. Как мы можем обеспечить соблюдение правил и норм поведения на рабочем месте и пресечь дискриминацию и нежелательное поведение?

9. Как мы можем оптимизировать наш процесс найма и привлечения талантов?

10. Как мы можем оценить и повысить уровень удовлетворенности наших сотрудников и узнать их мнение о работе компании?

Напиши топ-10 обязанностей, которые выполняют директора по персоналу в компаниях.

1. Разработка и реализация стратегии управления персоналом в компании.

2. Планирование и организация процесса найма новых сотрудников.

3. Развитие и внедрение программ обучения и развития сотрудников.

4. Управление процессом оценки производительности сотрудников и разработка систем компенсации и мотивации.

5. Разработка и соблюдение правил и политик в области управления персоналом, включая политику по соблюдению норм поведения на рабочем месте, политику по равенству и разнообразию и т. д.

6. Разрешение конфликтов между сотрудниками или между сотрудниками и руководством компании.

7. Мониторинг рынка труда и анализ трендов в области управления персоналом.

8. Развитие и поддержание позитивных отношений с профсоюзами, если они есть в компании.

9. Разработка и внедрение программ по улучшению рабочей среды и обеспечению безопасности на рабочем месте.

10. Обеспечение соответствия компании законодательству в области трудовых отношений и занятости.

Кстати, проверь по этому чек-листу, делаешь ли ты что-то (запланированы ли активности в планах и графиках и бюджетах) по каждому пункту? Десять из десяти – молодец. Меньше пяти – а может быть, ты только называешься директором по персоналу?

И на закуску – топ-10 требований к директору по персоналу.

1. Высшее образование в области управления персоналом, психологии, бизнес-администрирования или другой связанной сфере.

2. Опыт работы на руководящей позиции в области управления персоналом не менее 5–7 лет.

3. Глубокие знания в области трудового законодательства и правил управления персоналом.

4. Опыт разработки и внедрения стратегии управления персоналом и программ по улучшению производительности

и эффективности сотрудников.

5. Навыки управления конфликтами и разрешения проблем в области управления персоналом.

6. Опыт работы с различными профсоюзами или организациями, представляющими интересы работников.

7. Навыки разработки и проведения обучающих программ для сотрудников и руководящего состава компании.

8. Навыки анализа данных и использования данных для принятия решений по управлению персоналом.

9. Умение работать в команде и сотрудничать с другими руководителями компании.

10. Высокие коммуникативные и лидерские навыки, способность вдохновлять и мотивировать сотрудников.

Такое колесо компетенций и экспресс-аудит. Оцени себя и поставь себе цели по развитию (не больше двух-трех) на этот год! Сверь свои предложения с CEO компании – и будем двигаться дальше.

Обрати внимание, что ровно такой же экспресс-анализ можно проводить по каждой должности в твоём подчинении или по любой другой должности в твоей компании, этот прием работает отлично для топовых и экспертных позиций.

Ты уже понял(а), что можно сделать запрос к нейросети по составлению как большого плана аудита HR-функции в компании, так и детального плана проверки каждого направления. Не стесняйся и экспериментировать!

Итогом выполнения заданий по этому разделу станет список твоих приоритетов по работе с персоналом на ближайший период, а как с ними работать – написано в моей книге, которая у тебя есть, и сегодня вот подсказок еще добавлю.

Раздел 2

Оргдизайн компании

Нейросеть отлично поможет тебе сгенерировать идеи по наименованию и функционалу подразделений твоей компании, целевым показателям отделов и даже по соподчинению.

Запросы к нейросети по оргдизайну должны быть краткими и точными, как скальпель хирурга.

Например:

Предложи оптимальную организационную структуру в виде списка подразделений и должностей для компании, занимающейся консалтингом в части управления персоналом, если в штате уже есть генеральный директор, 6 тренеров по управленческим тренингам, 3 рекрутера по подбору персонала, 2 оценщика, проводящие центры оценки и главный бухгалтер.

То есть описываем прямо все вводные, которые у вас есть по вашему кейсу. Можно и выручку туда добавить. Смотрим, что ответит нейросеть.

Вот оптимальная организационная структура для компании, занимающейся консалтингом в области управления персоналом:

1. Генеральный директор:

– отвечает за стратегическое руководство и общее управление компанией.

2. Отдел управления персоналом:

Руководитель отдела управления персоналом:

– отвечает за разработку и внедрение стратегий управления персоналом, а также координацию работы отдела.

Тренеры по управленческим тренингам (6 человек):

– проводят управленческие тренинги и консультации для клиентов.

Рекрутеры по подбору персонала (3 человека):

– отвечают за подбор и привлечение персонала для клиентов, включая оценку кандидатов и проведение собеседований.

Оценщики (2 человека):

– проводят центры оценки персонала, анализируют и оценивают профессиональные навыки и потенциал кандидатов.

Специалисты по разработке персонала:

– занимаются разработкой и внедрением программ развития и обучения персонала для клиентов.

Специалисты по управлению производительностью:

– разрабатывают и внедряют системы оценки производительности и мотивации персонала для клиентов.

HR-консультанты:

– предоставляют консультационную поддержку клиентам по вопросам управления персоналом, разрешению конфлик-

ТОВ и т. д.

3. Финансово-бухгалтерский отдел:

Главный бухгалтер:

– отвечает за финансовое планирование, учет и отчетность компании.

Финансовый аналитик:

– осуществляет финансовый анализ, прогнозирование и стратегическое планирование.

Бухгалтеры:

– отвечают за ведение учета, составление отчетности и выполнение финансовых операций.

Как тебе такая структура от нейросети? Ну если честно, такое. Не хватает коммерческого и договорного отдела, юристов. Просим добавить:

Добавь в структуру договорной отдел и отдел по продажам.

Ок, добавим в структуру договорной отдел и отдел по продажам:

1. Генеральный директор:

– отвечает за стратегическое руководство и общее управление компанией.

2. Отдел управления персоналом:

Руководитель отдела управления персоналом:

– отвечает за разработку и внедрение стратегий управле-

ния персоналом, а также координацию работы отдела.

Тренеры по управленческим тренингам (6 человек):

– проводят управленческие тренинги и консультации для клиентов.

Рекрутеры по подбору персонала (3 человека):

– отвечают за подбор и привлечение персонала для клиентов, включая оценку кандидатов и проведение собеседований.

Оценщики (2 человека):

– проводят центры оценки персонала, анализируют и оценивают профессиональные навыки и потенциал кандидатов.

Специалисты по разработке персонала:

– занимаются разработкой и внедрением программ развития и обучения персонала для клиентов.

Специалисты по управлению производительностью:

– разрабатывают и внедряют системы оценки производительности и мотивации персонала для клиентов.

HR-консультанты:

– предоставляют консультационную поддержку клиентам по вопросам управления персоналом, разрешению конфликтов и т. д.

3. Финансово-бухгалтерский отдел:

Главный бухгалтер:

– отвечает за финансовое планирование, учет и отчетность компании.

Финансовый аналитик:

– осуществляет финансовый анализ, прогнозирование и стратегическое планирование.

Бухгалтеры:

– отвечают за ведение учета, составление отчетности и выполнение финансовых операций.

4. Договорной отдел:

Руководитель договорного отдела:

– отвечает за ведение переговоров с клиентами, заключение и контроль выполнения договоров.

Юристы:

– оказывают юридическую поддержку

Ок, вроде похоже на правду. Далее попробуем совсем невообразимое:

Посчитай бюджет расходов на квартал и подготовь план продаж, чтобы выйти на рентабельность 30 %.

Для расчета бюджета расходов на квартал и плана продаж для достижения рентабельности 30 % нам понадобится более подробная информация о компании, такая как текущие доходы, расходы, средний размер сделки, количество сделок в квартал и другие факторы.

Без этих данных я не могу точно рассчитать бюджет расходов или подготовить план продаж для достижения конкретной рентабельности. Однако я могу предложить общую методологию, которая может быть полезной при разработке

бюджета и плана продаж:

1. Расчет бюджета расходов:

- Исследуйте текущие расходы компании, включая зарплаты сотрудников, арендные платежи, коммунальные услуги, маркетинговые расходы, расходы на офисное оборудование и программное обеспечение и т. д.
- Оцените ожидаемое увеличение или уменьшение расходов в квартале, учитывая планы компании, рост объема бизнеса и другие факторы.
- Составьте бюджет расходов на квартал, учитывая все вышеуказанные факторы. Убедитесь, что расходы покрывают все необходимые операционные расходы компании.

2. План продаж для достижения рентабельности 30 %:

- Оцените текущую рентабельность компании, рассчитав отношение прибыли к выручке (прибыль/выручка) и узнайте, какую долю составляет прибыль в настоящее время.
- Установите цель рентабельности в 30 % и определите, на сколько необходимо увеличить прибыль, чтобы достичь этой цели.
- Рассчитайте необходимый объем продаж, учитывая ожидаемую прибыльность, средний размер сделки и количество сделок в квартале.
- Разработайте план маркетинговых и продажных мероприятий, чтобы достичь установленной цели. Рассмотрите такие аспекты, как увеличение числа клиентов, повышение

среднего чека, улучшение удержания клиентов и т. д.

Думаем про цели и задаем дополнительный вопрос нейросети (помним, что мы говорим о HR-консалтинге, и в одной и той же ветке диалога нейросеть тоже об этом помнит).

Какие КПЭ и OKR мы можем поставить на год HR-директору этой компании, если планируется увеличение прибыли в 2 раза?

Для HR-директора компании, где планируется увеличение прибыли в 2 раза, можно установить следующие КПЭ (ключевые показатели эффективности) и OKR (цели и ключевые результаты) на год:

1. КПЭ

- Увеличение общего числа клиентов: HR-директор может работать на привлечение новых клиентов и расширение клиентской базы компании. КПЭ может быть выражен в процентном соотношении или абсолютном числе новых клиентов.

- Улучшение удержания клиентов: HR-директор может сосредоточиться на создании и внедрении программ и стратегий, направленных на удержание клиентов. КПЭ может быть выражен в процентном соотношении удержания клиентов или уменьшении показателей оттока.

- Развитие и внедрение новых услуг: HR-директор может разрабатывать и внедрять новые услуги или продукты, кото-

рые могут привести к дополнительным источникам дохода. КПЭ может быть связан с количеством новых услуг, разработанных и внедренных в компанию.

- Улучшение качества обслуживания клиентов: HR-директор может работать над повышением уровня обслуживания клиентов, что может привести к повышению удовлетворенности клиентов и повторным покупкам. КПЭ может быть выражен в проценте улучшения уровня удовлетворенности клиентов.

2. OKR

- *OKR 1*: увеличить выручку от HR-услуг на 100 % к концу года. Это может быть достигнуто путем увеличения числа клиентов, объема продаж или среднего чека.

- *OKR 2*: разработать и внедрить две новые программы развития персонала. Это может помочь расширить портфолио услуг компании и привлечь новых клиентов.

- *OKR 3*: повысить удовлетворенность клиентов на 20 % к концу года. Здесь HR-директор может сосредоточиться на улучшении качества обслуживания клиентов, внедрении механизмов обратной связи и разработке программ повышения удовлетворенности клиентов.

- *OKR 4*: провести обучение и развитие персонала внутри компании.

А вот, кстати, интересно: чему обучают персонал консалтинговой компании – той, которая сама всех обучает? Зада-

дим и этот вопрос.

Чему стоит обучать и развивать персонал внутри в компании?

Обучение и развитие персонала являются ключевыми аспектами успешной организации. В компании, занимающейся консалтингом в области управления персоналом, следующие области обучения и развития могут быть особенно полезными:

1. **Управленческие навыки:** обучение руководителей и менеджеров компании в области эффективного управления, коммуникации, лидерства, делегирования задач, принятия решений и разрешения конфликтов.

2. **Развитие навыков консультирования:** обучение сотрудников навыкам консультирования, включая проведение эффективных совещаний с клиентами, выявление их потребностей, представление релевантных рекомендаций и решений.

3. **Рекрутинг и подбор персонала:** обучение рекрутеров и HR-специалистов навыкам эффективного подбора персонала, проведению собеседований, анализу кандидатов, проверке референций и применению оценочных методик.

4. **Оценка и развитие персонала:** обучение оценщиков и HR-специалистов методам и техникам оценки профессиональных навыков, компетенций и потенциала сотрудников, разработке планов развития и поддержке их реализации.

5. **Коммуникационные навыки:** развитие навыков эффек-

тивной коммуникации, включая письменную и устную коммуникацию, презентационные навыки, работу в команде и управление конфликтами.

6. Развитие мягких навыков: обучение персонала навыкам эмоционального интеллекта, управления временем, адаптивности, креативности, принятия рисков и решения проблем.

7. Обучение технологиям и инструментам: повышение навыков использования современных технологий, программного обеспечения и инструментов, которые помогут улучшить эффективность работы и обеспечить конкурентное преимущество.

8. Индустриальные знания: постоянное обновление знаний в области управления персоналом, трудового законодательства.

Проверьте кстати, запланированы ли у вас такие обучения.

Дальше нам нужно описать бизнес-модель компании на одной странице – чтобы держать под рукой, мочь быстро донести эту ценную информацию до сотрудников и кандидатов и понимать, как твои проекты повлияют на компанию. И чтобы обсудить это все с ГД компании, превратиться из статиста в бизнес-партнера. Но вот незадача: я тебе в книге шаблон дала, но ты не знаешь, как его заполнить. Но! Есть же нейросеть. Пишем запрос:

Опиши бизнес-модель компании на 1 странице, включая: ключевые партнеры, основная деятельность, основные ресурсы, ценность, отношения с клиентами, каналы, клиентские сегменты, структура затрат и каналы поступления доходов.

Бизнес-модель компании в области консалтинга по управлению персоналом может быть представлена следующим образом:

1. Ключевые партнеры:

- Компании и организации, которые являются клиентами и заказчиками консалтинговых услуг.
- Поставщики технологий и инструментов для оценки, подбора и развития персонала.
- Возможные партнеры-консультанты для расширения компетенций и предоставления дополнительных услуг.

2. Основная деятельность:

- Предоставление консалтинговых услуг в области управления персоналом, включая тренинги, оценку и развитие персонала, рекрутинг и подбор персонала, оценку и развитие лидерства, организационное развитие и управление изменениями.

3. Основные ресурсы:

- Квалифицированный персонал, включая генерального директора, тренеров по управленческим тренингам, рекрутеров, оценщиков, главного бухгалтера и других специали-

стов.

- Знания и экспертность в области управления персоналом.
- Технологии и инструменты для проведения оценок, тренингов и анализа данных.

4. Ценность:

- Предоставление клиентам консультаций и решений, направленных на эффективное управление персоналом, повышение эффективности и результативности бизнеса, улучшение качества работы и развитие ключевых навыков у сотрудников.

5. Отношения с клиентами:

- Установление долгосрочных партнерских отношений с клиентами, основанных на доверии, профессионализме и результативности.
- Проведение консультаций, оценок, тренингов и других мероприятий, чтобы полностью понять потребности клиентов и представить им решения, наиболее соответствующие их целям.

6. Каналы:

- Прямые продажи через встречи с клиентами, презентации и консультации.
- Маркетинговые мероприятия, такие как участие в конференциях и выставках, публикации статей и блогов.
- Онлайн-присутствие через веб-сайт компании, где клиенты могут получить информацию об услугах, оставить за-

просы и контактные данные.

- Использование социальных сетей и цифрового маркетинга для привлечения новых клиентов и установления связи с текущими клиентами.

7. Клиентские сегменты:

- Крупные компании и корпорации, которые нуждаются в профессиональной консультации и поддержке по управлению персоналом.
- Средние и малые предприятия, которые ищут эффективные стратегии управления персоналом и хотят повысить эффективность своих бизнес-процессов.

8. Структура затрат:

- Заработная плата и вознаграждение для сотрудников.
- Оплата услуг поставщиков технологий и инструментов.
- Реклама и маркетинговые мероприятия.
- Организационные расходы, включая аренду офиса, коммунальные услуги и офисное оборудование.

9. Каналы поступления доходов:

- Прямые платежи от клиентов за предоставление консалтинговых услуг и тренингов.
- Оплата за проведение оценок и центров оценки.
- Повторные продажи и долгосрочные контракты с клиентами.
- Дополнительные услуги, такие как разработка персональных программ развития, консультации по организационному развитию и поддержка клиентов в процессе внедрения.

ния рекомендаций.

Это общая бизнес-модель компании, и ее конкретные детали и особенности могут быть адаптированы под конкретные условия и потребности рынка, в котором она действует.

И все! Пользуйся, заноси эти предложения в шаблон бизнес-модели как основу, правь на здоровье под свою компанию.

Какие основные бизнес-метрики и с какой регулярностью необходимо отслеживать компании?

Для эффективного управления компанией в области консалтинга по управлению персоналом следует отслеживать следующие основные бизнес-метрики с определенной регулярностью:

1. Выручка (Revenue): ежемесячно, кварталы, годовые данные.

- Общая сумма денежных поступлений от клиентов за предоставление консалтинговых услуг и других продуктов.

2. Стоимость продаж (Cost of Sales): ежемесячно, кварталы, годовые данные.

- Затраты на предоставление консалтинговых услуг и других продуктов, включая затраты на персонал, оборудование, материалы и другие переменные расходы.

3. Прибыль (Profit): ежемесячно, кварталы, годовые данные.

- Разница между выручкой и стоимостью продажи показывает финансовую результативность компании.

4. *Рентабельность (Profitability):* кварталы, годовые данные.

- Отношение прибыли к выручке, выраженное в процентах, позволяет оценить эффективность использования ресурсов.

5. *Число новых клиентов (Number of New Clients):* ежемесячно, кварталы.

- Количество новых клиентов, которые заключили контракт и начали пользоваться услугами компании.

6. *Число повторных продаж (Number of Repeat Sales):* ежемесячно, кварталы.

- Количество продаж или контрактов с существующими клиентами показывает уровень удержания клиентов и степень удовлетворенности их услугами.

7. *Средний чек (Average Revenue per Client):* ежемесячно, кварталы.

- Средняя сумма, которую клиент тратит на услуги компании за один заказ или в течение определенного периода.

8. *Срок окупаемости клиента (Customer Payback Period):* годовые данные.

- Время, за которое компания окупает затраты на привлечение клиента, вычисляется как отношение затрат на маркетинг и продажи к выручке от клиента за определенный период.

9. *Уровень удовлетворенности клиентов (Customer Satisfaction): ежеквартально, годовые данные.*

• Оценка уровня удовлетворенности клиентов с помощью опросов, обратной связи или других методов, чтобы измерить и улучшить качество предоставляемых услуг и удовлетворенность клиентов.

10. *Коэффициент сохранения клиентов (Customer Retention Rate): ежеквартально, годовые данные.*

• Процент клиентов, которые продолжают оставаться клиентами компании на протяжении определенного периода, показывает уровень лояльности клиентов и эффективность удержания.

11. *Продолжительность выполнения проектов (Project Duration): ежеквартально, годовые данные.*

• Среднее время выполнения проектов, от начала до завершения, помогает в планировании и оптимизации процессов работы.

12. *Затраты на маркетинг и продажи (Marketing and Sales Expenses): ежемесячно, кварталы, годовые данные.*

• Затраты на маркетинговые кампании, рекламу, продажи и привлечение новых клиентов.

13. *Процент обращений или рекомендаций от существующих клиентов (Referral Rate): годовые данные.*

• Доля новых клиентов, которые поступают через рекомендации от существующих клиентов, отражает уровень доверия и удовлетворенности клиентов.

14. *Количество обученных сотрудников (Number of Trained Employees): годовые данные.*

- Количество сотрудников, прошедших обучение и развитие внутри компании, показывает инвестиции в развитие персонала и повышение их навыков и компетенций.

15. *Процент реализации обучения (Training Completion Rate): годовые данные.*

- Доля сотрудников, успешно завершивших обучение и достигших поставленных целей, показывает эффективность обучения и применение полученных знаний в работе.

Идешь в финслужбу и запрашиваешь эти метрики по компании, смотришь на их удивленные и заинтересованные глаза, говоришь: готовлюсь к встрече по кадровой стратегии с CEO. Уходишь, оставляя их с интригой и неизвестностью. ##

Ну и дальше надо готовиться к встрече с CEO. И тут нам тоже поможет нейросеть:

Предложи HR-директору этой компании план встречи с CEO по связи стратегии компании (бизнес-модели) с кадровой стратегией.

Предлагаю вам план встречи с CEO, чтобы обсудить связь стратегии компании с кадровой стратегией. Встреча может быть структурирована следующим образом:

1. Обзор текущей бизнес-модели компании и ее основных показателей успеха.

2. Обсуждение планов компании на будущее и их влияния на кадровую стратегию.

3. Анализ текущей кадровой стратегии компании и ее соответствия бизнес-модели.

4. Обсуждение возможных изменений в кадровой стратегии, которые могут быть необходимы для поддержания бизнес-модели компании.

5. Обсуждение дополнительных возможностей для развития персонала, которые могут помочь компании достичь своих бизнес-целей.

6. Определение конкретных метрик для отслеживания эффективности кадровой стратегии и ее влияния на бизнес-модель компании.

7. Установление плана действий для изменения кадровой стратегии, если это необходимо, и определение ответственных лиц и сроков выполнения.

Я считаю, что такая встреча поможет нам лучше понять связь между стратегией компании и кадровой стратегией, а также позволит нам определить необходимые шаги для поддержания роста и успеха компании.

Вот бы еще нейросеть могла на такие встречи сама ходить, да? Но это сам, все сам. Или сама. Человеческое общение с первым лицом бесценно и не делегируется.

Раздел 3

Составляем портрет сотрудника нашей компании

Ты можешь использовать алгоритм, указанный в 3 главе книги. Или попросить нейросеть:

Составь список вопросов, чтобы описать портрет сотрудника компании, включая цели, увлечения, личные проекты, образ жизни. В опроснике должно быть не более 20 вопросов. Мы это делаем с целью описания текущего ценностного предложения компании по отношению к кандидатам и сотрудникам.

Опрос, описывающий портрет сотрудника компании и включающий цели, увлечения, личные проекты и образ жизни, может быть структурирован следующим образом:

1. Общая информация:

- а) ФИО кандидата/сотрудника
- б) Должность
- в) Дата заполнения опроса

2. Цели и мотивация:

- а) Какие цели вы ставите перед собой в профессиональной сфере?
- б) Что вас мотивирует достигать этих целей?

в) Каких результатов вы надеетесь достичь в своей карьере?

3. Увлечения и хобби:

а) Какие у вас увлечения вне работы?

б) Как вы проводите свободное время?

в) Есть ли у вас какие-либо хобби или особые интересы?

4. Личные проекты:

а) Участвуете ли вы в каких-либо личных проектах вне работы?

б) Если да, пожалуйста, опишите их кратко.

5. Образ жизни:

а) Как вы предпочитаете организовывать свой рабочий день?

б) Как вы относитесь к работе в команде?

в) Как вы справляетесь с работой под давлением и сроками?

6. Ценности и предпочтения:

а) Какие ценности важны для вас в работе и жизни?

б) Как вы предпочитаете работать: самостоятельно или в команде?

в) Какое рабочее окружение и корпоративная культура вам ближе?

7. Дополнительные вопросы:

а) Какие навыки или опыт вы хотели бы развить в будущем?

б) Есть ли у вас какие-либо достижения или особые навы-

ки, которые могут быть полезны для вашей работы?

в) Есть ли у вас какие-либо вопросы или комментарии?

8. Контактная информация:

а) Телефон

б) Электронная почта.

Примечание: Важно убедиться, что опросник соблюдает конфиденциальность и не нарушает никакие законы и политики компании. Предоставление контактной информации должно быть добровольным и с осведомленного согласия респондента.

И дальше загружай или тот вариант опроса, который указан в книге, или этот, или еще проси нейросеть какие-то вопросы убрать или добавить. И проводи исследование. А что делать потом с результатами? Опять обсуждать с CEO и топ-командой. Но для них нужен план сессии. Его нам и составит нейросеть.

Составь план сессии по обсуждению результатов опроса с CEO и топ-менеджерами компании и составлению ценностного предложения компании для сотрудников.

План сессии по обсуждению результатов опроса с CEO и топ-менеджерами компании и составлению ценностного предложения компании для сотрудников может быть следующим:

1. Приветствие и вступление (5 минут):

- Приветствовать СЕО и топ-менеджеров компании.
- Определить цель сессии: обсуждение результатов опроса и составление ценностного предложения компании для сотрудников.

2. Обзор результатов опроса (15 минут):

- Представить основные результаты опроса, подчеркнуть ключевые аспекты портрета сотрудника компании.
- Обсудить общую картину по каждой категории (цели, увлечения, личные проекты, образ жизни) и выделить наиболее значимые выводы.

3. Анализ существующих ценностей компании (15 минут):

- Рассмотреть текущие ценности компании и их отражение в культуре и практиках.
- Определить сильные и слабые стороны существующего ценностного предложения для сотрудников.

4. Обсуждение ценностей и предпочтений сотрудников (20 минут):

- Провести обсуждение с СЕО и топ-менеджерами на основе результатов опроса.
- Выявить общие темы, ценности и предпочтения сотрудников, которые могут быть включены в ценностное предложение.

5. Создание ценностного предложения компании (25 минут):

- Сформулировать ценностное предложение, отражающее потребности и ожидания сотрудников, а также поддерживающее стратегические цели компании.

- Обсудить внедрение и коммуникацию ценностного предложения сотрудникам.

6. План действий и распределение ответственности (10 минут):

- Определить ключевые шаги для реализации ценностного предложения.

- Распределить ответственность между участниками сессии и назначить сроки.

7. Заключение и обратная связь (5 минут):

- Подвести итоги сессии и выразить благодарность участникам.

- Призвать к обратной связи и вопросам.

8. Завершение сессии (5 минут):

- Закончить сессию и определить следующие шаги.

Огонь? Огонь! ##

Раздел 4

Рекрутинг и сорсинг

О, это бесконечно богатая тема! Рекрутеры – это на самом деле самые автоматизированные эйчар-специалисты, потому что для них скорость суперважна, они за нее получают деньги и карьерное развитие.

Посмотри, как с помощью нейросети (и моей книги ##) ты можешь спланировать 100 % своих активностей по поиску даже такой непростой вакансии, как специалист по персональным данным. Кстати, есть такой в твоей компании?

Перед стартом поиска пишем описание позиции. На этом многие спотыкаются: от руководителя описания позиции не дождешься, а сами рекрутеры далеко не всегда точно знают нюансы разных позиций. Я не призываю бездумно копировать все, придуманное нейросетью, но как шаблон для работы и для правок – очень хорошие вводные. Итак, поехали:

Напиши описание должности по позиции «специалист по защите персональных данных тренинговой компании».

Должность специалиста по защите персональных данных в тренинговой компании представляет собой ключевую роль в обеспечении конфиденциальности, безопасности и соот-

ветствия требованиям законодательства относительно персональных данных, которыми оперирует компания. Этот специалист ответственен за разработку, внедрение и поддержание политик, процедур и практик в области защиты персональных данных.

Обязанности специалиста по защите персональных данных тренинговой компании могут включать:

1. Разработка и соблюдение политики конфиденциальности: специалист по защите персональных данных будет разрабатывать и обновлять политику конфиденциальности компании, которая определяет, какие персональные данные собираются, как они используются и хранятся, а также как обеспечивается их защита.

2. Обеспечение соответствия законодательству: специалист должен быть хорошо осведомлен о местных и международных законах и нормативных актах, регулирующих защиту персональных данных, таких как «Общий регламент по защите данных» (GDPR) в Европейском союзе или «Закон о персональных данных» в России. Он должен гарантировать, что компания соблюдает эти требования и осуществляет необходимые действия для защиты персональных данных клиентов и сотрудников.

3. Аудит и оценка уязвимостей: специалист по защите персональных данных должен проводить аудиты систем и процессов, связанных с персональными данными, для выявления потенциальных уязвимостей и улучшения мер безопас-

ности. Он может также проводить тестирование на проникновение и оценивать эффективность систем защиты данных.

4. Обучение и осведомление: специалист по защите персональных данных будет обучать сотрудников компании о политиках и процедурах в области защиты персональных данных. Он будет участвовать в разработке и проведении обучающих программ, направленных на повышение осведомленности и соблюдение правил по обработке персональных данных.

5. Управление инцидентами: в случае нарушения безопасности персональных данных или иных инцидентов, связанных с их обработкой, специалист по защите персональных данных будет отвечать за быстрое и эффективное реагирование на такие ситуации. Он будет заниматься выявлением и анализом инцидентов, проведением расследований, восстановлением неприкосновенности данных и принятием мер по предотвращению повторных инцидентов.

6. Сотрудничество с внешними сторонами: специалист по защите персональных данных может взаимодействовать с регуляторными органами, адвокатами, аудиторами и другими внешними сторонами, чтобы обеспечить соблюдение требований в области защиты персональных данных. Он может участвовать в аудитах со стороны регуляторов и предоставлять информацию о политиках и практиках компании.

7. Обновление политик и процедур: специалист будет отслеживать изменения в законодательстве и стандартах без-

опасности данных, а также развивать и внедрять обновления политик и процедур компании в соответствии с новыми требованиями и лучшими практиками.

Требования к специалисту по защите персональных данных могут включать глубокое понимание принципов защиты данных, хорошее знание соответствующего законодательства и нормативных актов, аналитические навыки, умение разрабатывать и внедрять политики и процедуры, а также отличные коммуникационные навыки.

Кроме того, специалисту по защите персональных данных может потребоваться сертификация в области защиты данных, такая как Certified Information Privacy Professional (CIPP) или Certified Information Systems Security Professional (CISSP), чтобы подтвердить его знания и навыки в этой области.

В целом, специалист по защите персональных данных в тренинговой компании играет важную роль в обеспечении безопасности и соблюдении требований в отношении персональных данных, гарантируя доверие клиентов и соблюдение законодательства.

Обрати внимание, раздел с законодательством точно не российский и тебе будет необходимо поправить эти требования на знание российских законов. Но «рыба» – то отличная!

Напиши текст вакансии для размещения.

Вакансия: *специалист по защите персональных данных.*

Мы, тренинговая компания, специализирующаяся на обучении и развитии профессиональных навыков, ищем опытного специалиста по защите персональных данных, который присоединится к нашей дружной команде. Ваша роль будет заключаться в обеспечении безопасности, конфиденциальности и соответствия требованиям законодательства относительно персональных данных, с которыми мы работаем.

Обязанности:

- Разработка и поддержка политики конфиденциальности, определяющей сбор, использование и хранение персональных данных клиентов и сотрудников компании.
- Гарантирование соответствия местным и международным законодательным требованиям, таким как GDPR, в отношении защиты персональных данных.
- Проведение аудитов и оценка уязвимостей систем и процессов, связанных с обработкой персональных данных, с целью обнаружения и предотвращения возможных угроз.
- Обучение сотрудников компании политикам и процедурам в области защиты персональных данных и обеспечение их соблюдения.
- Эффективное управление инцидентами, связанными с безопасностью персональных данных, включая расследование, восстановление и предотвращение повторных инцидентов.
- Взаимодействие с внешними сторонами, включая ре-

гуляторные органы, адвокатов и аудиторов, для обеспечения соблюдения требований в области защиты персональных данных.

- Обновление и развитие политик и процедур в соответствии с изменениями законодательства и лучшими практиками.

Требования:

- Глубокое понимание принципов защиты данных и обработки персональных данных.

- Знание местного и международного законодательства в области защиты персональных данных (например, GDPR).

- Аналитические способности и умение проводить аудиты и оценку уязвимостей.

- Отличные коммуникационные навыки и умение эффективно обучать сотрудников.

- Опыт работы в области защиты персональных данных.

Составь стратегию сорсинга по этой позиции.

Стратегия сорсинга для позиции специалиста по защите персональных данных тренинговой компании должна быть направлена на привлечение высококвалифицированных кандидатов с опытом работы в области защиты данных и знанием соответствующего законодательства. Вот несколько шагов, которые могут быть включены в такую стратегию:

1. Определение целевых источников: идентифицируйте релевантные онлайн-платформы, профессиональные сооб-

щества, специализированные форумы и социальные сети, где специалисты по защите персональных данных активно общаются и размещают свои профили.

2. Создание привлекательного описания вакансии: разработайте привлекательное и информативное описание вакансии, подчеркивающее важность роли специалиста по защите персональных данных в компании, преимущества работы и требования к кандидатам. Укажите детали о том, как компания соблюдает требования законодательства и обеспечивает безопасность данных.

3. Активный поиск кандидатов: воспользуйтесь поиском по ключевым навыкам и опыту на специализированных платформах для поиска работы, таких как LinkedIn, Indeed и Glassdoor. Проактивно свяжитесь с потенциальными кандидатами, предложите им возможность присоединиться к вашей компании и обсудите детали вакансии.

4. Размещение вакансии на специализированных ресурсах: разместите вакансию на веб-сайтах и форумах, которые специализируются на работе с информационной безопасностью и защитой персональных данных. Это поможет привлечь кандидатов, которые активно интересуются этой областью.

5. Участие в событиях и конференциях: принимайте участие в отраслевых мероприятиях, конференциях и семинарах по защите данных. Это предоставит возможность установить контакты с профессионалами в этой области и при-

влечь внимание потенциальных кандидатов.

6. Внутренние реферальные программы: активизируйте внутренние реферальные программы, предлагая вознаграждения сотрудникам за рекомендации кандидатов на позицию специалиста по защите персональных данных.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.