

Маркетинг персоналу як симбіоз зусиль маркетингу та HR менеджменту

Ірина Петрова

*доктор економічних наук, професор,
завідувачка кафедри маркетингу та поведінкової економіки,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: irynapl@krok.edu.ua,
ORCID: 0000-0003-4206-5403*

Вадим Дьяконов

*магістрант,
ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», м. Київ, Україна,
e-mail: diakonovvb@krok.edu.ua*

Сучасні організації стикаються з різноманітними викликами у сфері управління персоналом та побудови успішного бізнесу. Співпраця між відділами маркетингу та управління людськими ресурсами (HR) виявляється ключовою для досягнення стратегічних цілей компанії. Маркетинг персоналу, як симбіоз зусиль маркетингу та HR менеджменту, стає потужним інструментом в привабленні, утриманні та розвитку кваліфікованих кадрів. Маркетинг персоналу передбачає використання стратегій маркетингу для просування організації як привабливого роботодавця та побудови корпоративного бренду. Важливим елементом є реклама компанії як привабливого місця для праці, що робить акцент на корпоративній культурі, можливостях розвитку та соціальних перевагах.

HR менеджерам слід використовувати інструменти маркетингу, такі як соціальні мережі, рекламні кампанії та контент-маркетинг, для створення привабливого образу компанії серед потенційних працівників. Створення креативних та інформативних вакансій, а також ведення ефективного інтернет-маркетингу, сприяє залученню висококваліфікованих кандидатів. Маркетинг персоналу передбачає аналіз цільової аудиторії для визначення їхніх потреб та очікувань. HR менеджмент може використовувати дані про цільову аудиторію для розробки персоналізованих стратегій залучення та утримання персоналу. Розуміння потреб працівників дозволяє ефективно позиціонувати компанію на ринку праці.

Маркетинг персоналу сприяє формуванню та утриманню корпоративного бренду. Робота над зображенням компанії як соціально відповідальної, інноваційної та сприятливої для розвитку кар'єри допомагає залучати та утримувати талановитий персонал. Ефективність маркетингу персоналу вимірюється не лише кількістю приваблених кандидатів, але й якістю та тривалістю їхнього залишку в компанії. Використання метрик, таких як рівень задоволення працівників, швидкість заповнення вакансій та рівень збереження персоналу, допомагає оцінити успішність стратегій маркетингу персоналу.

Маркетинг персоналу виступає як симбіоз маркетингових та HR підходів, спрямованих на залучення, утримання та розвиток персоналу. Розуміння цільової аудиторії, використання інструментів маркетингу та будівництво корпоративного бренду є ключовими компонентами ефективної стратегії

маркетингу персоналу. Подолання викликів управління людськими ресурсами та створення привабливого образу роботодавця стає визначальним для досягнення успіху в сучасному бізнес-середовищі. Ключовим елементом успіху в маркетингу персоналу є ефективна комунікація. Забезпечення прозорості та чесності у спілкуванні з потенційними працівниками сприяє встановленню позитивного враження про компанію. Використання різноманітних комунікаційних каналів, таких як веб-сайт компанії, блоги, соціальні мережі та відео-матеріали, дозволяє показати корпоративну культуру та цінності.

Ринок праці постійно змінюється, і ефективна стратегія маркетингу персоналу повинна бути гнучкою та адаптивною, враховувати тенденції у сфері зайнятості, соціокультурні зміни. Культура компанії визначається її цінностями, підходами до роботи та взаєминами серед співробітників. Використання маркетингу персоналу формує цю культуру, надаючи працівникам та потенційним кандидатам можливість відчувати та зрозуміти особливості робочого середовища. Створення аутентичного образу компанії важливо для привертання та утримання працівників, які поділяють цінності компанії.

Маркетинг персоналу може ефективно використовувати емоційний підхід, щоб викликати позитивні емоції у потенційних працівників. Відтворення реальних успіхів та історій успіху працівників компанії, а також створення відеоматеріалів та інших контентів, які передають позитивні аспекти роботи в компанії, може значно збільшити привабливість роботодавця. Для ефективного маркетингу персоналу необхідно вивчати та аналізувати конкурентів на ринку праці. Розуміння того, як інші компанії представляють себе та яким чином приваблюють таланти, дозволяє вам створити унікальний образ своєї організації та розробити стратегії, що виділять вас на фоні конкурентів.

Співпраця з агентствами з працевлаштування та HR-консалтинговими компаніями значно підвищує ефективність маркетингу персоналу. Ці агентства можуть надати експертні поради, вивчити конкуренцію та допомогти впровадити інноваційні підходи до залучення персоналу. Врахування та реагування на відгуки працівників є важливим елементом маркетингу персоналу. Позитивні відгуки можуть бути використані для підсилення позитивного іміджу компанії, тоді як негативні відгуки можуть служити основою для вдосконалення внутрішніх процесів та покращення робочих умов.

Маркетинг персоналу є динамічним процесом, і постійне вдосконалення стратегій є необхідним для успішного збереження конкурентоспроможності. Регулярний моніторинг результатів, впровадження нових ідей та адаптація до змін на ринку дозволяють забезпечити ефективність маркетингу персоналу в довгостроковій перспективі. Маркетинг персоналу, як взаємодія маркетингу та HR менеджменту, вимагає комплексного підходу та поєднання різноманітних стратегій для досягнення успіху на сучасному ринку праці.

Використання інноваційних технологій, таких як штучний інтелект, аналітика даних та віртуальна реальність у маркетингу персоналу може значно підвищити ефективність процесів залучення та утримання персоналу.

Автоматизація рутинних завдань також звільняє час HR менеджерів для більш стратегічної роботи. Створення інтерактивного контенту, такого як вебінари, онлайн-екскурсії по офісу, або ігрові елементи, що відображають корпоративну культуру, допомагає побудувати особистий зв'язок із потенційними працівниками. Відчуття участі та взаємодії формує позитивне ставлення до компанії.

Розвиток спеціальних програм та стратегій залучення студентів та молоді дозволяє компаніям створювати та утримувати талановиту молодь. Здійснення партнерств з університетами, проведення стажувань та менторських програм сприяє створенню позитивного іміджу як роботодавця, який вкладає в майбутнє своїх працівників. репутацією роботодавця в онлайн-середовищі. Оцінка та управління репутацією роботодавця в онлайн-середовищі стає все більш важливим аспектом маркетингу персоналу. Відгуки на сайтах професійних соціальних мереж, групи відгуків та взаємодія зі спільнотами можуть впливати на враження та вибір потенційних працівників.