

*Лилиана Поликарпова* посвятила свое выступление реальным примерам использования инструментов внутреннего маркетинга в HR программах по реализации стратегических целей компании «НИИМЭ и Микрон». Главная стратегическая цель компании - сохранение технологического лидерства в России и за рубежом. Важнейшей задачей HR в области реализации стратегии является повышение привлекательности бренда работодателя среди производственных компаний технологического сектора России.

Важнейшими задачами в обеспечении HR стратегии являются:

- Повышение доли молодых специалистов
- Удержание ключевых сотрудников
- Поощрение эффективных сотрудников
- Повышение эффективности каналов коммуникаций

Ключевые показатели эффективности в области HR:

- Высокая лояльность и вовлеченность сотрудников
- Лидерство в отраслевых рейтингах работодателей

В ходе реализации функциональных задач было проведено исследование вовлеченности сотрудников, которое показало высокие показатели в сфере обучения и развития, а также в сфере подбора и адаптации сотрудников. Сотрудники хорошо понимают цели и стратегию компании, ориентированы на достижение результата и доверяют своим непосредственным руководителям, в организации существует атмосфера взаимодействия.

В качестве зоны для развития была определена программа по совершенствованию активных коммуникаций о происходящих изменениях и повышению в глазах работников привлекательности компенсационного пакета, предлагаемого компанией.

В этих целях была реализована программа коммуникаций по структуре компенсационного пакета, в том числе социальным льготам, премиям, надбавкам и доплатам; расширены и улучшены механизмы внутренних коммуникаций:

- Использование каналов обратной связи - опросы и исследование мнений.
- Увеличен объем тиража и наполняемость корпоративной газеты «Микрон»
- Развитие каналов горизонтальных коммуникаций - корпоративные мероприятия и конкурсы.
- Привлечение сотрудников к проектам в области корпоративной социальной ответственности
- Привлечение внимания к программам повышения эффективности бизнеса за счет использования творческого потенциала работников и постоянного внедрения улучшений (программа Фабрика Идей)

В целях повышения привлекательности HR бренда для молодых соискателей работы в компании была усилена внутренняя и внешняя коммуникация бренда работодателя путем:

- Поддержания активности в области работы со СМИ.
- Проведения мероприятий и целевых программ для студентов и школьников (экскурсии, практика, целевой набор, Базовые кафедры при ВУЗах, ярмарки).
- Стимулирования ротаций и продвижения молодежи.