

# ПРЕМИЯ HR-БРЕНД 2011

Лучшие работодатели России

ОРГАНИЗАТОР ПРЕМИИ



ПАРТНЕР ПРЕМИИ



Самолов и Самолова

2008 2009 2010 2011

## Беседы об HR-брендинге

О ПРЕМИИ

НОВОСТИ

ОРГАНИЗАТОР

ПАРТНЕРЫ

СИСТЕМА СУДЕЙСТВА

**ЗАЯВКА НА УЧАСТИЕ**

НОМИНАНТЫ

ПОБЕДИТЕЛИ ПРЕМИИ  
«HR-БРЕНД 2010»

РЕЙТИНГ  
РАБОТОДАТЕЛЕЙ  
РОССИИ

ФОТО И ВИДЕО

**БЕСЕДЫ ОБ HR-  
БРЕНДИНГЕ**

— HR-брендинг будущего: прогнозы экспертов о том, как компании будут привлекать кандидатов и удерживать сотрудников в 2015 году.

— «Добро пожаловать»: HR-бренд начинается с системы адаптации новых сотрудников. Часть 2

— «Добро пожаловать»: HR-бренд начинается с системы адаптации новых сотрудников. Часть 1

— Товарный бренд, корпоративный бренд, HR-бренд. Влияние, зависимость, способы

**Джон Шоул**, автор книг, спикер, консультант, президент **Service Quality Institute Partners Group**:

Все зависит от того, каким будет экономический климат в 2015 году. Я все-таки ожидаю позитивных перемен. Если экономика войдет в русло, то одной занятости для мотивации кандидатов будет недостаточно. Думаю, что среди приоритетов будет инновационность компании, ее имидж как работодателя и имидж в глазах клиентов и сообщества, а также баланс между работой и личной жизнью. Уже сейчас я вижу, как люди все больше и больше внимания уделяют различным хобби, которые часто становятся источником заработка, причем в совершенно отличной от основной работы сфере. Думаю, это явление позитивно и говорит о том, что в людях просыпается дух предпринимательства, а это означает развитие всей экономики страны, рост благосостояния, большая удовлетворенность от работы и гордость собой.

Популярными будут также компании, позволяющие сотрудникам работать удаленно. С одной стороны, это дает возможность более гибкого тайм-менеджмента и, несомненно, привлекательно для сотрудников, а с другой — экономить на помещении и привлекать к участию в проекте людей из любой точки мира. При развитии интернет-технологий и растущей глобализации виртуальные офисы смогут составить конкуренцию традиционным, причем не только в малом и среднем бизнесе.

Кампаниям для удержания сотрудников нужно будет постоянно развиваться и совершенствоваться: никто не будет работать в компании, которая не идет в ногу со временем. Причем я имею в виду все уровни и функции — от общего стиля управления до технологий. Лучших людей привлечь и удержать смогут те организации, которые предлагают интересные проекты, работают над своим брендом и уважают сотрудников и клиентов.

**Ольга Герасимова**, менеджер по работе с персоналом компании **Paulig**

Фотографии с церемонии награждения «HR-Бренд — 2010»

