



Как HR может помочь бизнесу улучшить маркетинг

Вебинар

Анатолий Гурьянов, Кристина Рогова

ЭКОПСИ
КОНСАЛТИНГ

ВЕБИНАР ПРОВОДЯТ:



Анатолий Гурьянов

Консультант,
Практика «Развитие HR-
среды»

Тел. +7 991 473 76 78

E-mail: gurianov@ecopsy.ru



Основная специализация

- Разработка и реализация проектов по оценке персонала
- Разработка моделей компетенций.
- Разработка инструментов оценки.
- Консультирование по вопросам оценки персонала.
- Разработка психодиагностических методик.



Профессиональный опыт

- Оценкой персонала и разработкой моделей компетенции занимается более 20 лет.
- Руководил службами оценки персонала и проектами по оценке персонала (Северсталь, Уралкалий, ОМЗ, УК Савва).
- Реализовал несколько проектов по оценке в формате привлекаемого консультанта.
- Имеет опыт разработки и внедрения комплексных систем оценки и развития сотрудников.
- Разработал несколько авторских психологических методик (личный опросник, тесты способностей)



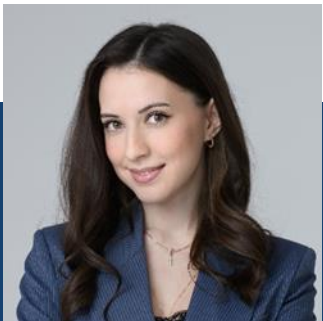
Образование

- Психологический факультет Ярославского государственного университета
- Курс ИГИСП по направлению «НЛП»
- Курс SHL по технологиям «Assessment Centre»
- Курс Джорджа Боука и Дэвида Томсона по теме «Создание моделей компетенций»



Публикации и вебинары

- Автор телеграмм-канала ProfDevelopment
- Ведущий вебинара «Инструменты оценки» в рамках курса «Построение системы профессионального развития».



Кристина Рогова

Консультант,
Практика «Развитие HR-
среды»

Тел. +7 (903) 223-96-67
E-mail: rogova@ecopsy.ru



Основная специализация

- Разработка инструментов оценки компетенций: тестов, кейс-тестов и др.
- Разработка и внедрение моделей компетенций и профилей позиций
- Формирование меню развивающих действий и программ развития
- Диагностика HR-службы по модели SCAN



Профессиональный опыт:

- Участвует в проектах по разработке моделей компетенций для различных функциональных направлений, инструментов их оценки и развития, формированию комплексных систем профессионального развития сотрудников
- Курирует курс «Построение системы профессионального развития»
- Участвует в проведении Всероссийского исследования «HR-метр»
- Принимает участие в проектах по исследованию вовлеченности персонала
- До прихода в ЭКОПСИ работала в одной из компаний «большой четверки» в направлении подбора персонала



Образование

- 2020 год - Окончила бакалавриат МГИМО МИД России по направлению «Социология массовых коммуникаций»
- 2022 год - Окончила магистратуру МГИМО МИД России по направлению «Социологическая диагностика и экспертиза управленческой деятельности»
- 2023 год - Прошла обучение в Школе оценщика ЭКОПСИ



Публикации и вебинары:

- Эксперт Telegram-каналов «ЭКОПСИ Консалтинг» и «ProfDevelopment»
- Вебинар ЭКОПСИ Консалтинг «Мастер-класс по оценке зрелости системы профессионального развития», 2024

ОТВЕЬТЕ, ПОЖАЛУЙСТА, В ЧАТЕ, **ЧЕМ** **ВЫ ЗАНИМАЕТЕСЬ:**

- 1 HR, поиск и подбор
- 2 HR, оценка и развитие
- 3 HR, широкий круг вопросов
- 4 Маркетинг
- 5 Другое (в скобках комментарий, пожалуйста)

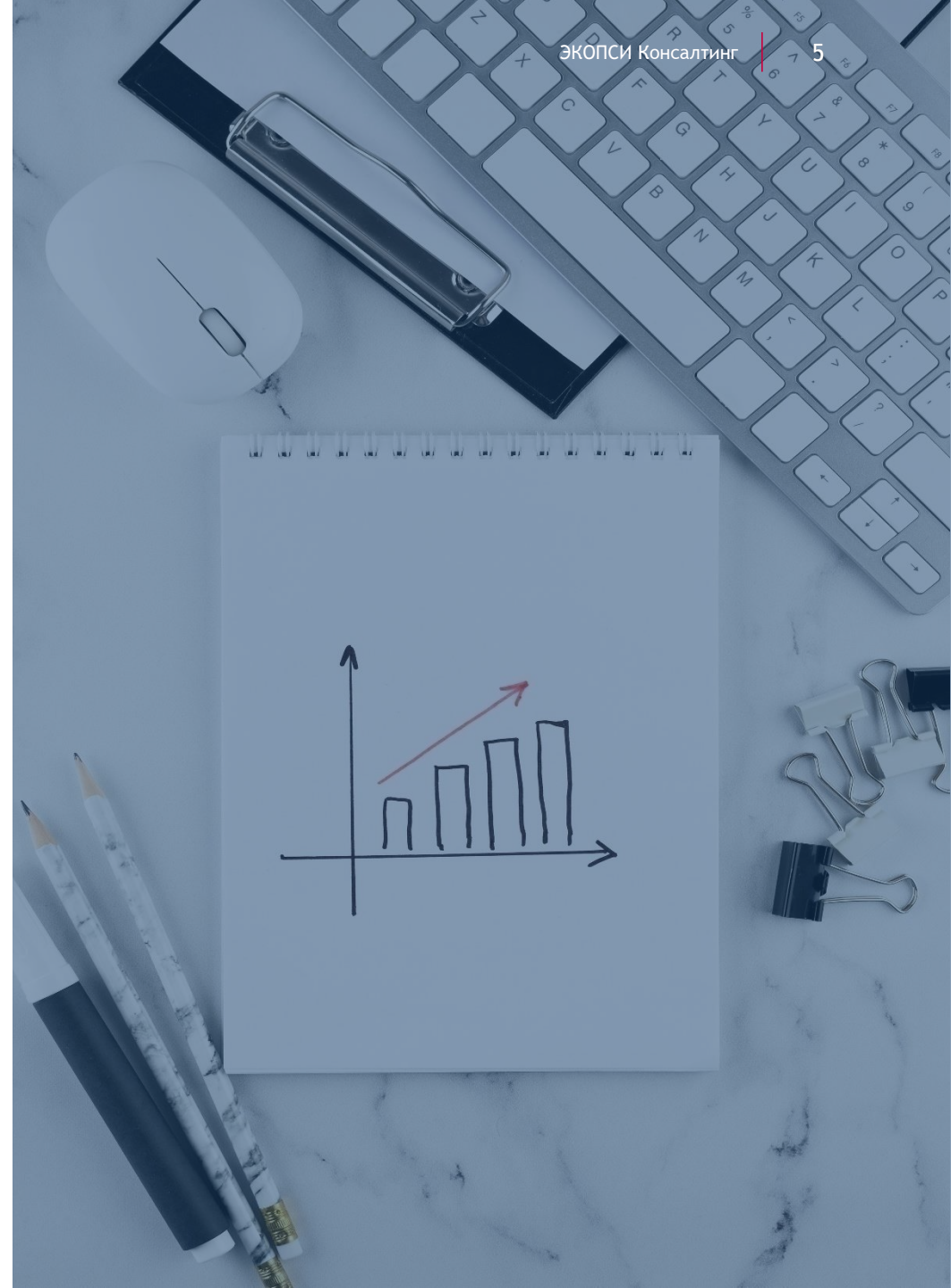


Многие компании сейчас уделяют большое внимание маркетингу. Недавно проведенные исследования показали:

- ❖ **55%** компаний намерены увеличить затраты на маркетинг
- ❖ **61%** предприятий планируют увеличивать долю соответствующих инвестиций

Что необходимо компаниям, чтобы эффективно двигаться в этом направлении? **Люди, которые хорошо разбираются в маркетинге.** Поэтому растет спрос на маркетологов и растут требования к уже работающим специалистам.

Это дает HR отличную возможность помочь бизнесу. Но что именно можно сделать?



Что HR может сделать для усиления маркетинга в компании:

- ❖ Стимулировать и направлять **развитие** сотрудников. Маркетинг активно развивается и сотрудники должны осваивать новые знания.
- ❖ Улучшать **отбор** кандидатов в компанию. Вопрос актуален не только для крупных компаний, даже малый бизнес работает с большим количеством кандидатов. На рынке > **800 000** резюме.

Для решения обеих задач (отбор, управление развитием) мы предлагаем активно использовать оценку персонала.

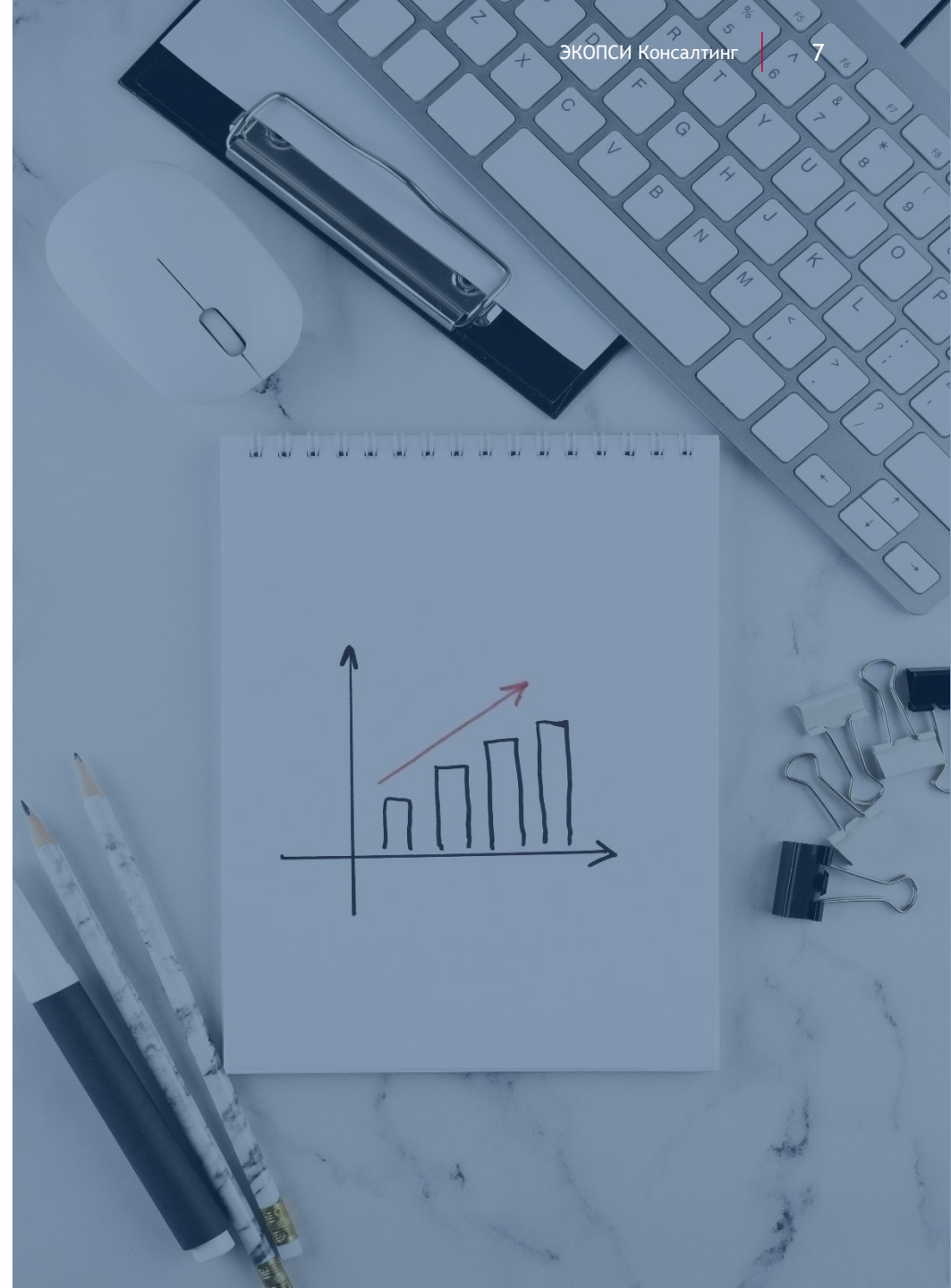
Оценка не только помогает улучшить качество отбора, но и является первым и необходимым шагом в развитии.



Какой из инструментов оценки выбрать? По какому признаку выбирать? Мы предлагаем выбирать по признаку валидности.

Согласно исследованиям Франка Шмидта и Джона Хантера (анализ данных за 85 лет), **тесты знаний** - это один из самых валидных инструментов оценки профессиональных качеств. Даже у испытательного срока показатель валидности ниже. А у отбора на основании опыта работы показатель валидности ниже в два раза.

Но мы не призываем ограничиваться только тестом знаний. Тесты очень хорошо сочетаются с другими методами. Хорошей иллюстрацией тому является воронка отбора (см. следующий слайд).



ВОРОНКА ОТБОРА И ТЕСТИРОВАНИЕ

Тестирование это прямой метод оценки компетентности. Он дополняет существующие косвенные методы оценки.

Тестирование это простой и дешевый метод оценки. Если использовать оба метода (и тестирование и АС), можно существенно снизить затраты.

Анализ резюме, проверка рекомендаций,
интервью с рекрутером

Тестирование

Интервью с нанимающим
менеджером

Assessment Centre

Решение

Тестирование это объективный метод. Это позволяет принять более взвешенное решение по кандидату.

Тестирование не может быть заменено собеседованием. В беседе количество и качество вопросов «на знания» ограничено.

Еще один аргумент в пользу тестов знаний - наличие готового решения (см. следующие слайды)

Тест знаний «Практический маркетинг»



КРАТКОЕ ОПИСАНИЕ

Что оценивает тест:

Знание практического маркетинга

Количество заданий:

50 вопросов , в каждом 4 варианта ответа

Длительность тестирования:

1 час (ориентировочно)

Формат тестирования:

Онлайн (на платформе Linkis2)

Целевая аудитория теста:

Маркетологи, менеджеры по продажам, менеджеры по продукту, специалисты занимающиеся интернет-продажами, руководители подразделений

Стоимость теста:

2900 р. за 1 тестирование.

Действуют скидки за количество тестирований



ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ТЕСТА (ПО ИТОГАМ ПИЛОТНЫХ ИСПЫТАНИЙ)

Средняя трудность тестовых заданий: 37

Трудность тестовых заданий - показатель обратный проценту правильных решений. Допустимый диапазон - от 15 до 85.

Надежность: 0,81

Показатель определяется как степень внутренней согласованности и должен быть не ниже 0,6.

Выборка исследования: 104 человек

Минимально приемлемая выборка исследования - 100 человек.

Валидность критериальная: 0,40

Выявленный уровень валидности - высокий (значение должно быть в диапазоне 0,35-0,50), но для принятия окончательного решения необходимо больше измерений.



ПРАКТИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ



Исследование рынка

- изучение спроса
- сегментирование
- изучение целевой аудитории
- маркетинговая среда



Управление продуктом

- разработка продукта и бренда
- ценностное предложение
- вывод продукта на рынок
- ценообразование

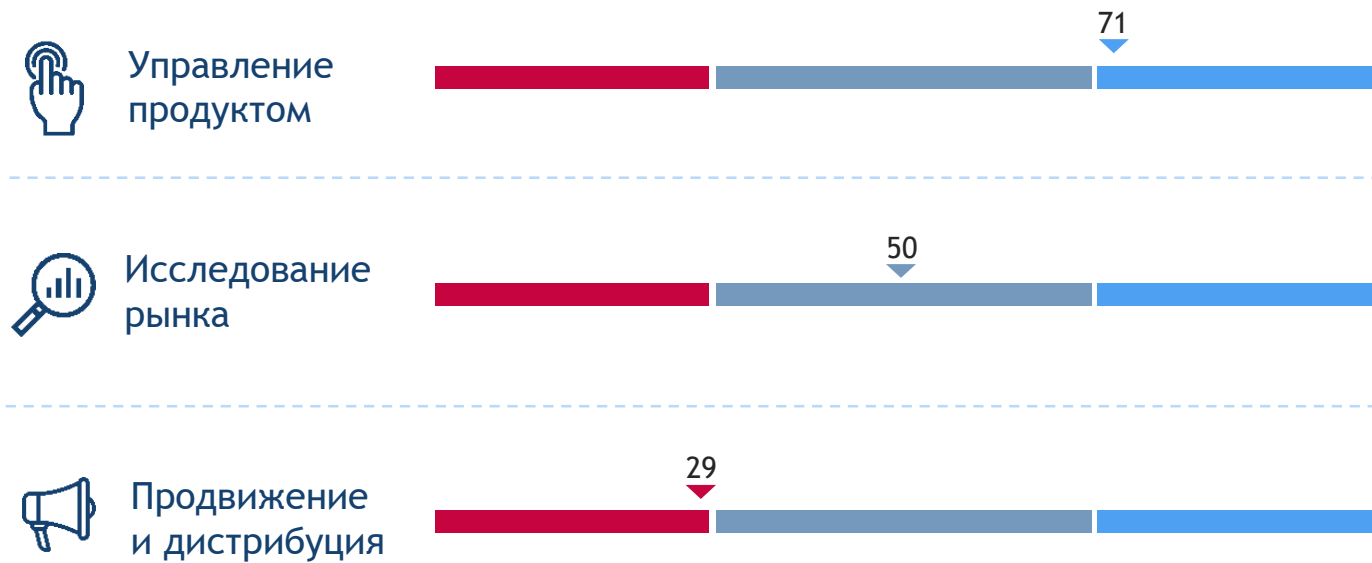


Продвижение и дистрибуция

- основные каналы дистрибуции
- продвижение в digital среде
- данные и аналитика
- управление продажами


- ✓ Все задания теста ориентированы на практику, на востребованность в реальной деятельности
- ✓ В тесте сбалансировано представлены задания из классического и современного маркетинга

РЕЗУЛЬТАТЫ ТЕСТА




Основным результатом теста является итоговый показатель. Кроме этого, мы предоставляем клиентам и 3 дополнительных показателя - по темам теста.

На основании анализа этой информации и сотруднику и клиенту предоставляются **рекомендации по развитию.**



Тест знаний Практический маркетинг



Отчет для участника

Иванов Иван Иванович

Дата тестирования: 19.01.2024

Тест знаний «Практический маркетинг» Иванов И

Результаты тестирования

На диаграмме ниже результаты теста приведены в виде процентилей. Процент участников, у которых количество правильных ответов такое же как у Вас 57 процентиль — это значит, что у Вас количество правильных ответов по этому показателю не ниже, чем у 57% других людей.

Общий показатель по тесту соответствует среднему уровню результатов «Практический маркетинг» Вам близка и знакома, и Вы неплохо разбираетесь в маркетинге. Ваши знания могут стать основой для дальнейшего развития в этом направлении. Результаты теста по разным направлениям маркетинга примерно равны друг от друга незначительно. Это говорит о сбалансированном, системном изучении темы. Рекомендуем и в дальнейшем соблюдать этот принцип. Более подробные выводы и рекомендации по конкретным направлениям маркетинга смотрите на следующих страницах отчета.

Результаты по направлениям

Управление продуктом	50
Исследование рынка	59
Продвижение и дистрибуция	57

Ориентиры для качественной интерпретации полученных результатов

0-29	30-69	70-100
Низкий уровень результатов	Средний уровень результатов	Высокий

© ЭКОПСИ, 2024 prof@ecopsy.ru www.ecopsy.ru 2

Тест знаний «Практический маркетинг» Иванов Иван Иванович

Направление Исследование рынка

59

Вы проявили значительные познания в исследовании рынка, что показывает Вашу способность эффективно работать в маркетинге. Однако есть место для улучшения, особенно в отношении таких тем, как емкость рынка, востребованность продукта, сегментация целевой аудитории, маркетинговые исследования, путь клиента, конкурентный анализ и измерение индекса лояльности. Мы рекомендуем Вам дополнительно углубиться в эти темы, чтобы усовершенствовать свои навыки и знания.

Рекомендуем для изучения

Книги	Марк Джеффри. Маркетинг, основанный на данных. 15 показателей, которые должен знать каждый. Ссылка на книгу
Статьи	Ирина Загребина, Ася Зуйкова. Зачем нужна customer journey map и как её правильно построить. Ссылка на статью
Обучающие видео	Маркетинговые исследования и аналитика рынка. Ссылка на видео
Курсы	Качественные исследования. Ссылка на курс

© ЭКОПСИ, 2024 prof@ecopsy.ru www.ecopsy.ru

Тест знаний «Практический маркетинг» Иванов Иван Иванович

Направление Управление продуктом

50

Вы показали средний уровень знаний в области управления продуктом и брендом. Ваши знания и навыки соответствуют стандартам отрасли, но у Вас есть потенциал для роста. Регулярное обучение поможет Вам оставаться в курсе последних тенденций и методик. Больше практикуйтесь и обменивайтесь опытом с коллегами индустрии, найдите сильное сообщество, в котором Вам будет комфортно проявлять себя и узнавать о лучших практиках из первых уст.

Рекомендуем для изучения

Книги	Роберт Фитцпатрик. Спроси маму: Как общаться с клиентами и подтвердить правоту своей бизнес-идеи, если все кругом врут? Ссылка на книгу
Статьи	Елена Очкова. Как научиться продавать при помощи клиентов: применение customer development на практике. Ссылка на статью
Обучающие видео	Артем Азевич, руководитель трекинга ФРИИ: как ABCDX-сегментация помогает увеличить выручку стартапов. Ссылка на видео
Курсы	Бренд-менеджер. Ссылка на курс

© ЭКОПСИ, 2024 prof@ecopsy.ru www.ecopsy.ru 3

Применение теста и его преимущества



Мотивация
к развитию



Управление
развитием (ИПР,
группы, программы)



Отбор сотрудников
в службы (отделы)
маркетинга и продаж



Внутренний отбор
(проекты, назначения,
резерв)



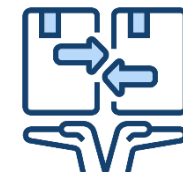
Управление талантами
(для лучших -
мотивационные
программы, карьерные
лифты, инвестиции в
развитие)



Подготовка к
внедрению новых
подходов



Знакомство
с коллективом

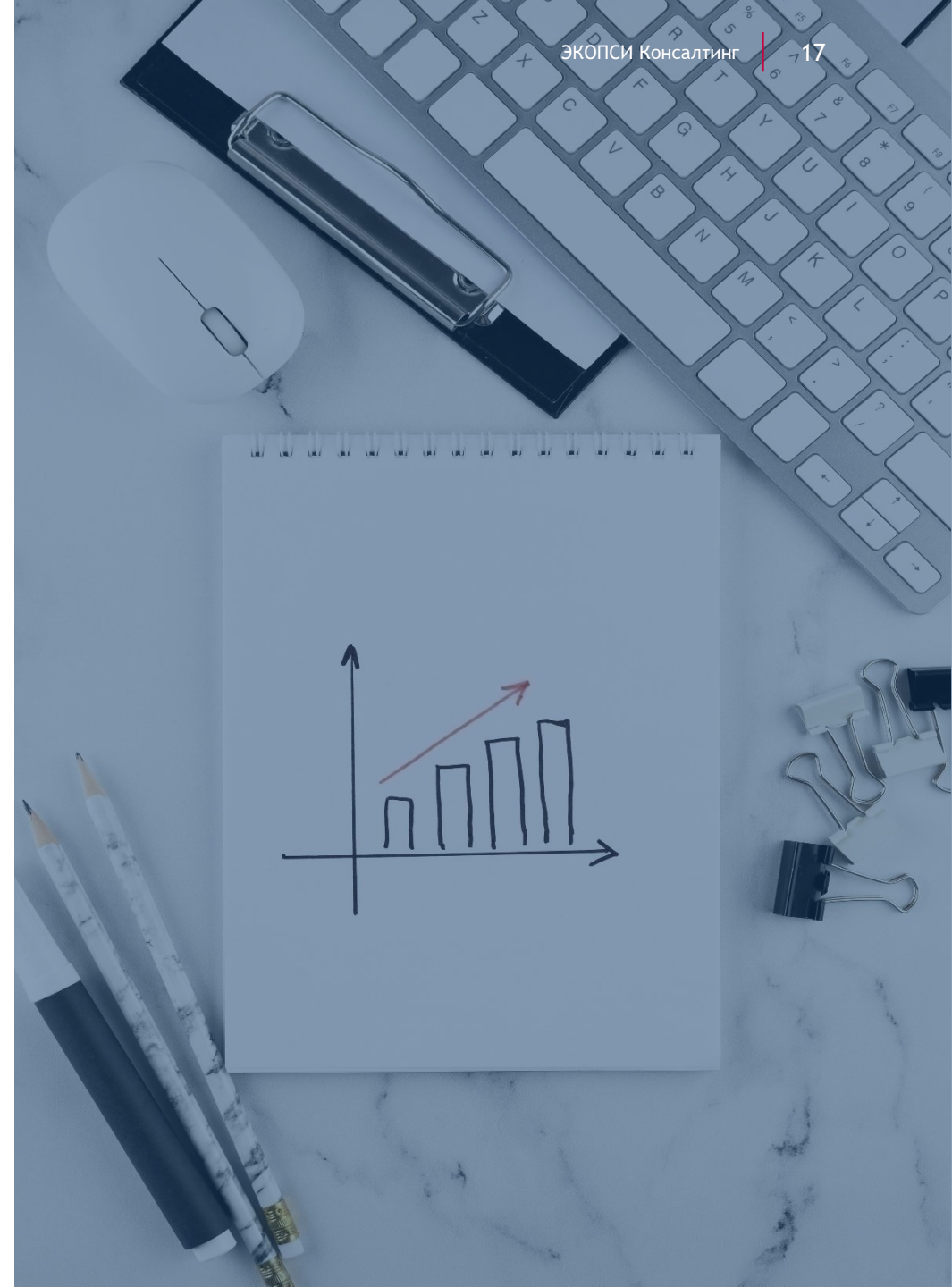


Сравнение
подразделений и
организаций
(диагностика проблем)

Маркетологи - это наиболее очевидная целевая аудитория нашего теста. Но есть и другие категории работников, деятельность которых требует знания маркетинга.

Например, практически все специалисты и руководители отделов продаж должны, в той или иной степени, знать маркетинг. Особенно если они осуществляют продажи в цифровой среде.

И именно «не-маркетологи» чаще всего имеют серьезные пробелы в знаниях, ведь они обучались по другим программам.



ПРЕИМУЩЕСТВА ТЕСТА



Качественный подбор заданий:

- ✓ Все темы в одном тесте
- ✓ Работа с опытными экспертами
- ✓ Акцент на новых знаниях (цифровой маркетинг и др.)
- ✓ Пилотные испытания, статистический анализ

На стороне ЭКОПСИ:

- ✓ Надежная методология
- ✓ Большой опыт разработки тестов
- ✓ Много успешно реализованных проектов

Цены и экономический эффект

У нас действует система скидок - стоимость одного тестирования зависит от объема заказа:

Количество тестирований:	Стоимость одного тестирования:
1 - 50 чел.	2 900 руб.
51 - 100 чел.	2 500 руб.
101 - 250 чел.	2 200 руб.
251 - 500 чел.	1 900 руб.
501 и более чел.	1 500 руб.

Если вы используете и другие наши тесты («Управление персоналом», «Экономика и финансы», «Культура безопасности»), то мы можем обсудить дополнительные преференции.



Экономический эффект от использования теста Вариант 1 - Использование для отбора

- ❑ Базовая цена одного тестирования - **2 900 рублей**.
- ❑ Сопоставимая по надежности альтернатива - испытательный срок, стоимость \approx зарплата.
- ❑ Средняя зарплата - **75 000 рублей** (данные Росстата, январь 2024).
- ❑ Положительный **экономический эффект** при каждом использовании теста: **+ 72 100 рублей**.

В расчетах не учтены затраты на адаптацию сотрудника и упущенное время



Экономический эффект от использования теста Вариант 2 - Стимулирование развития

- ❑ В среднем человек не отвечает на 40% вопросов.
- ❑ Потенциальный минус \approx 40% оклада, **30 000 рублей**.
- ❑ Базовая цена одного тестирования - **2 900 рублей**.
- ❑ Положительный **экономический эффект** при каждом использовании теста: **+ 27 100 рублей**.

«Если Вы считаете, что компетентность стоит дорого, попробуйте некомпетентность. Она обойдётся Вам значительно дороже».

Йохан Стаель фон Хольстайн



ИНТЕРЕСНО ЛИ ВАМ ОБСУДИТЬ С НАМИ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕСТА В ВАШЕЙ КОМПАНИИ?

Ответьте «Да» в голосовании
и мы свяжемся с вами
в ближайшее время

Если кнопка голосования недоступна,
напишите мне на почту
(gurianov@ecopsy.ru) или в WhatsApp
(wa.me/+79115140501)



ИНТЕРЕСНО ЛИ ВАМ ПОЛУЧИТЬ ССЫЛКУ НА ПРОБНОЕ ТЕСТИРОВАНИЕ?

Ответьте «Да» в голосовании
и мы постараемся всё
организовать

Если кнопка голосования недоступна,
напишите мне на почту
(gurianov@ecopsy.ru) или в WhatsApp
(wa.me/+79115140501)





Спасибо за внимание

Мы в социальных сетях:



ProfDevelopment

СИСТЕМА ПРОФРАЗВИТИЯ

КАРЬЕРНЫЕ МАРШРУТЫ

МОДЕЛИ ПРОФКОМПЕТЕНЦИЙ

ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ОЦЕНКИ
ПРОФКОМПЕТЕНЦИЙ