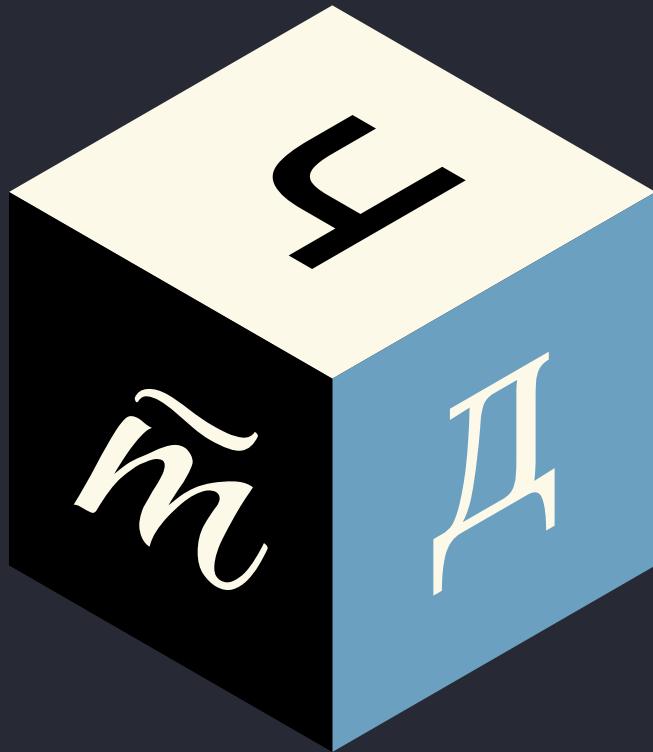


Как соотнести корпоративную культуру с общей стратегией компании

Сергей Худовеков

Старший партнер агентства **Paper Planes**,
партнер группы компаний **ЧТД**



LEANCORE



НОВАЯ
ЦЕФЕЯ

Что такое ЧТД

Группа компаний, предоставляющая комплексный подход к трансформации бизнеса. Каждый участник группы обладает своей профильной экспертизой.

1,18 млрд

Годовая выручка

410

Сотрудников



LEANCORE



Paper Planes



ФАКТ



НОВАЯ
ЦЕФЕЯ



Подход Paper Planes к HR и культуре:

- на основе данных: проводим опросы, анализируем базы данных (HRM)
- вовлекаем бизнес: интервью с ТОПами, стратсессии, выравнивание с бизнес-стратегией
- помогаем внедрять: готовим гайдлайны, шаблоны и инструкции, проводим обучение, описываем функциональные роли, сопровождаем найм

Награды



Победитель конференции PROBA Awards с проектом «Продвижение бренда СИБУР в социальных сетях»



Лучшая HR-кампания в Social Media по версии Tagline с проектом для Leroy Merlin



Лучшая HR-кампания в Social Media по версии Tagline с проектом для «Северстали»



Лучшая HR-кампания в Social Media по версии Tagline с проектом «Продвижение сотрудников как основа стратегии продвижения бренда работодателя» для «Альфа-Банка»

Выпустили книгу про EVP,
EJM и маркетинговые
подходы в HR
на основе данных
в «Альпине»



более 170 успешных кейсов по разработке бренда работодателя и
управлению опытом сотрудника



@ mail.ru
group



Ростелеком



Северсталь



YAMAHA

PEPSICO

Ward Howell



Тройка
Диалог

СИБУР



МОСКОВСКАЯ
БИРЖА



ГАЗПРОМ
НЕФТЬ



Carlsberg
Group



BOSCH
АК БАРС БАНК



LEROY
MERLIN



GROUPE
SEB





Сергей Худовеков старший партнёр Paper Planes

Опыт в реализации маркетинговых
и HR-стратегий: более **11 лет**

Руководитель практик HR и маркетинг в B2C

Помог десяткам компаний развить бренд
работодателя, выстроить систему внутренних
коммуникаций, а также внедрить систему оценки
эффективности сотрудников на основе данных.

Разработал десятки маркетинговых стратегий для
B2C-компаний, а также Стратегий маркетинговых
коммуникаций.

an achieve more every day

Направления экспертизы:

- Маркетинг B2C на основе данных
- Маркетинг в HR: как развить бренд работодателя
- Карта “путешествия” кандидата и сотрудника
- Современные инструменты найма & системы аналитики эффективности каналов привлечения кандидатов
- Управление внутренними коммуникациями
- Разработка коммуникационной стратегии
- Оценка эффективности персонала
- Управление “путешествием” Клиента в B2C

Отрасли:

- Отели, рестораны и розничная торговля
- Правительственные организации и образование
- Информационные технологии и e-сот
- Здания и строительство
- Профессиональные сервисные фирмы
- Здоровье, медицина и красота
- Сельское хозяйство
- FMCG (товары повседневного спроса)

Автор и соавтор книг:

[«В погоне за кадрами»](#) про маркетинговые подходы и инструменты привлечения сотрудников в компанию. В соавторстве с Ильей Балахниным

Колумнист в Forbes, РБК Pro

Клиенты:

Альфа-Банк, Ростелеком, Мегафон, МТС, Лемана Про (бывш. Леруа Мерлен), банк Открытие, Кассир.ру, Novartis, MSD, Takeda, ЧТПЗ, Роснефть, АкБарсБанк, Вымпелком, Тройка Диалог, банк Хлынов, Азбука Вкуса, М.Видео, Московская Биржа, Северсталь, Газпром нефть, Skillbox, СИБУР, Красцветмет, БАТ Россия, Главстрой, IVI, ДЗЕН. и другие

Спикер и преподаватель в:

- НИУ ВШЭ
- МВА ДВФУ
- SYNERGY EMBA
- Открытая Академия банка «Открытие»
- Nazarbayev University (Казахстан)
- ALPHA Business School (Узбекистан)

Видео

[HR: Привлечение сотрудников в ПРОИЗВОДСТВЕННЫЕ КОМПАНИИ](#)

[Можно ли посчитать эффективность сотрудников — Формула HR](#)

[Внутренние коммуникации в IT-компаниях](#)



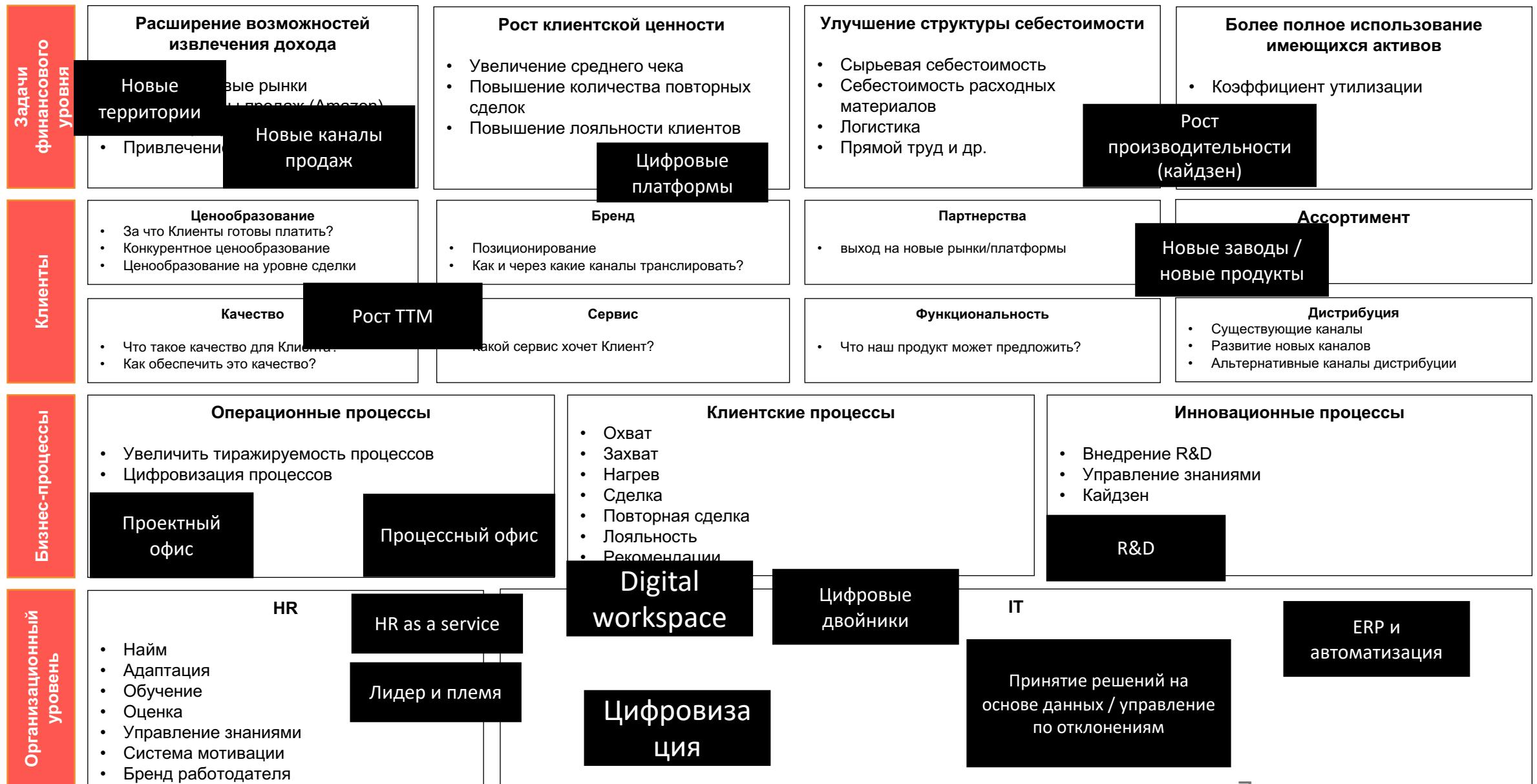
6 рычагов роста



Модель 6 рычагов роста Paper Planes



????



Предлагаемые инициативы делятся на 4 категории: целеполагание и донесение стратегий, развитие лидерства, внедрение ОСР и управление корпоративной культурой, из которых вытекают следующие макро-блоки: HR-политики, внутренние коммуникации, HR-сервисы



| Инициатива | Рекомендации |
|--------------------------------------|---|
| Целеполагание и донесение стратегий | Организация стратегических сессий с участием всех уровней сотрудников для декомпозиции и обсуждения долгосрочных целей компании |
| | Регулярное информирование сотрудников о стратегических планах и текущих успехах компании через внутренние каналы коммуникаций |
| | Внедрение программ вовлечения сотрудников в процесс стратегического планирования и принятия решений |
| Развитие лидерства | Проведение тренингов по эффективной коммуникации и взаимодействию |
| | Проведение тренингов для руководителей по различным стилям управления и их применению в различных ситуациях |
| Внедрение Операционной Системы работ | Установка четких ролей и обязанностей сотрудников |
| | Внедрение системы регулярных проверок и инспекций |
| | Стандартизация ключевых процессов |
| Управление корпоративной культурой | Проведение регулярных командных встреч и обсуждений |
| | Регулярные неформальные встречи между сотрудниками и руководством |
| | Внедрение системы обратной связи между сотрудниками |

- **HR-политики**
- **Внутренние коммуникации и корпоративная культура**
- **HR-сервисы**





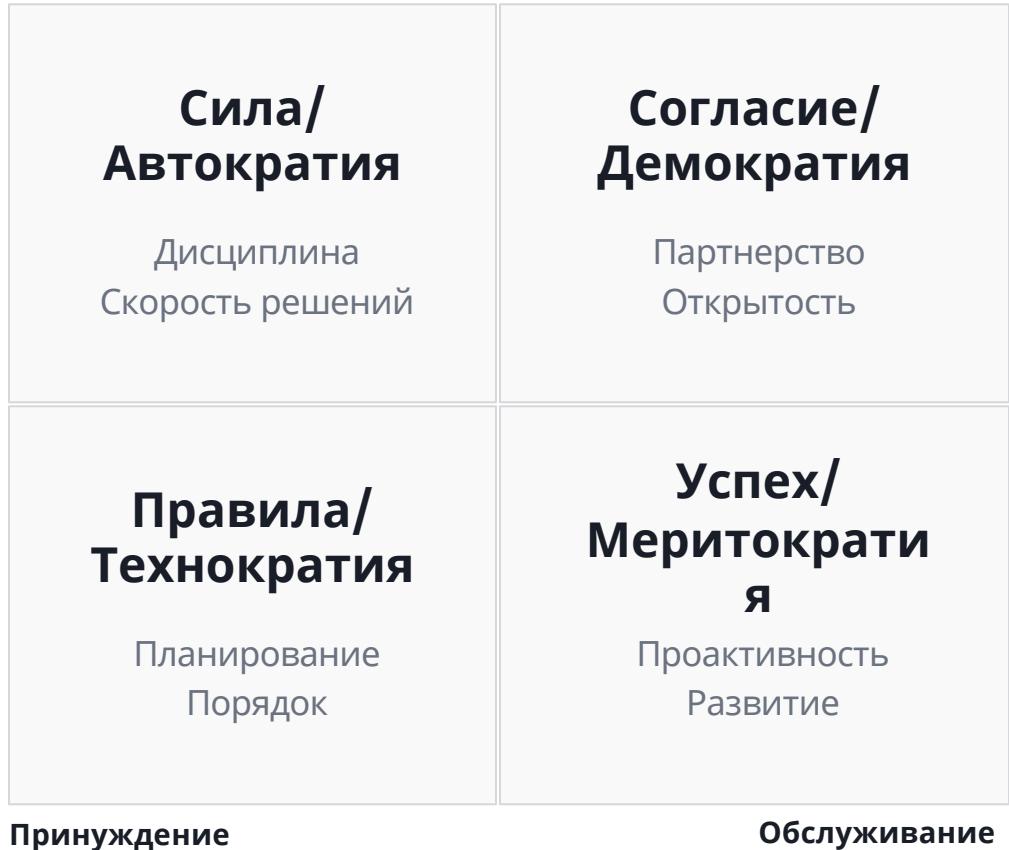
Культура ест
стратегию
на завтрак

CX = EX

Выравнивание корпоративной культуры



4 типа культур



3 уровня культуры



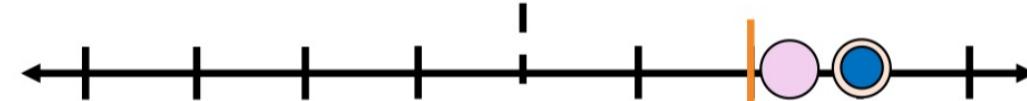
Организационное здоровье и культура



Корпкультура: выравнение аспектов культуры со стратегическими целями

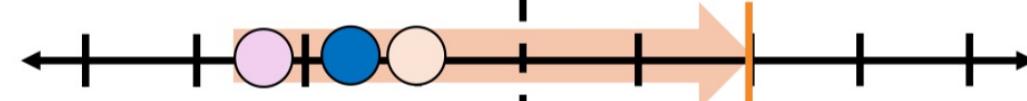
Дихотомии корпоративной культуры по категориям должностей сотрудников:

Решения каждый раз зависят от контекста и ситуации



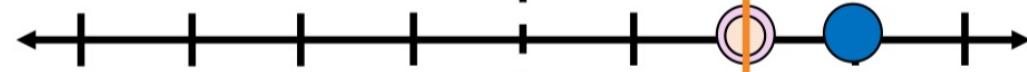
Решения принимаются всегда по известным, общепринятым правилам

Сотрудники выполняют любые задачи



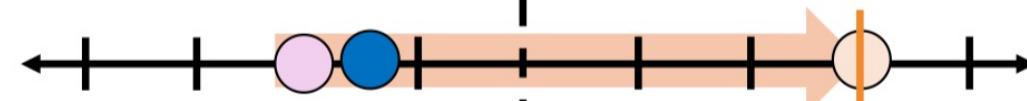
Концентрация на выполнении своих обязанностей

Сотрудники сконцентрированы на работе здесь и сейчас



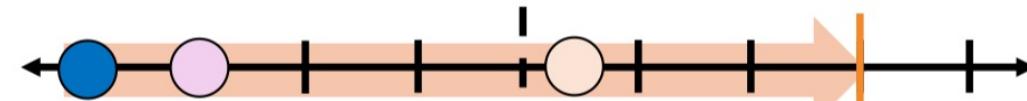
Сотрудники смотрят в будущее

Сотрудники действуют самостоятельно



Ориентированы на командную работу

Длинная дистанция власти



Короткая дистанция власти



Рабочие



Специалисты



Руководители

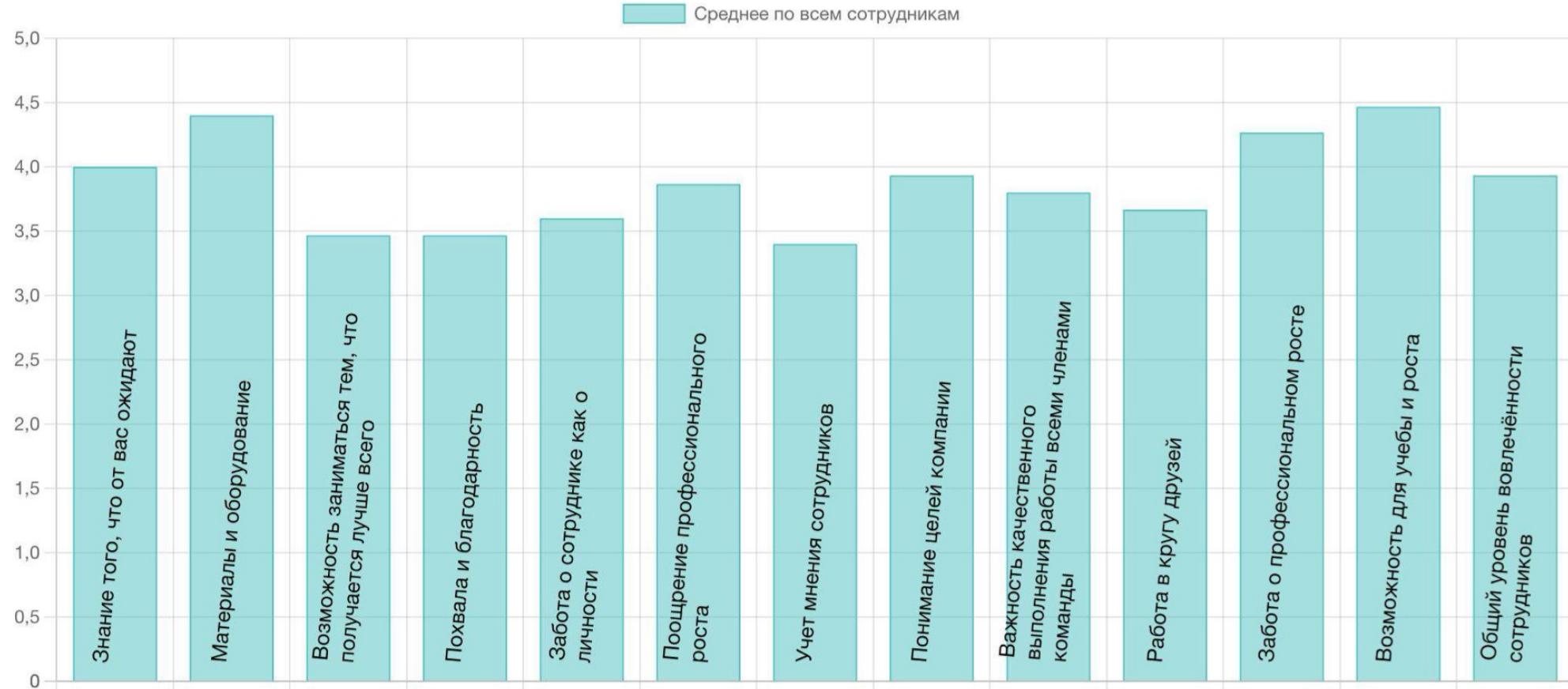
Стратегический фокус (на основе сессии с ТОПами)

Вовлеченность

Вовлеченность персонала: Gallup Q12

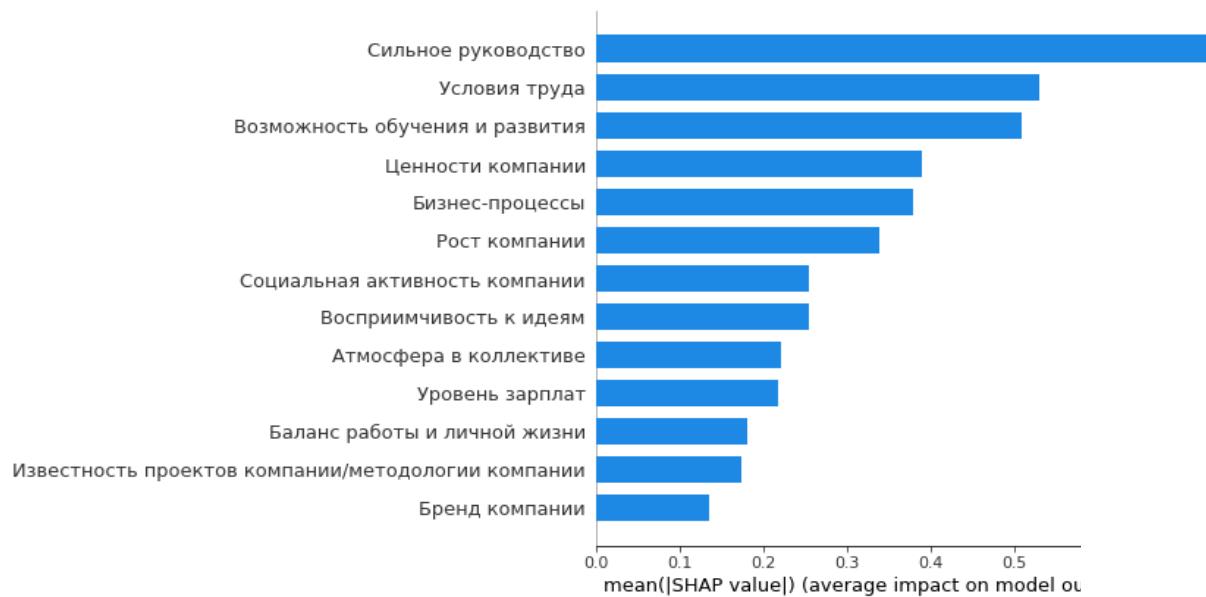
Команда и культура

| Компания | Цикл | Участников тестирования | Добавить подразделения |
|--------------|--|-------------------------|------------------------|
| Paper Planes | Цикл 1 — с 5 ноября 2024 г. по 5 декабря 2024 г. | 15 | Выберите подразделение |



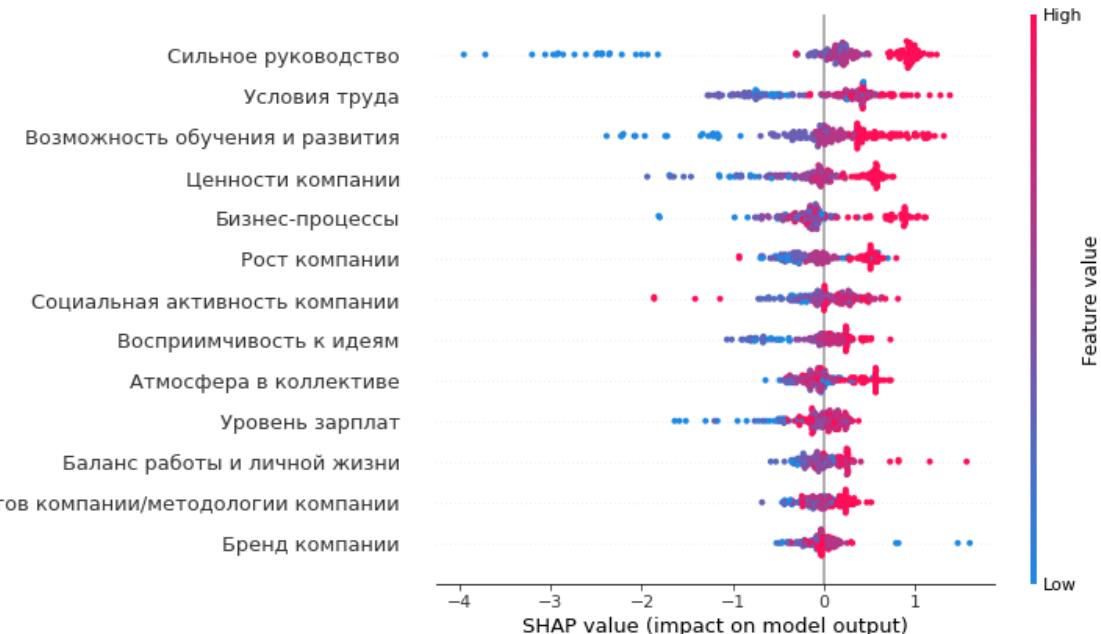
Лояльность: те, кто согласен с тем, что руководство сильное, те и лояльны (eNPS). Верно и обратное

Сила воздействия фактора на результат



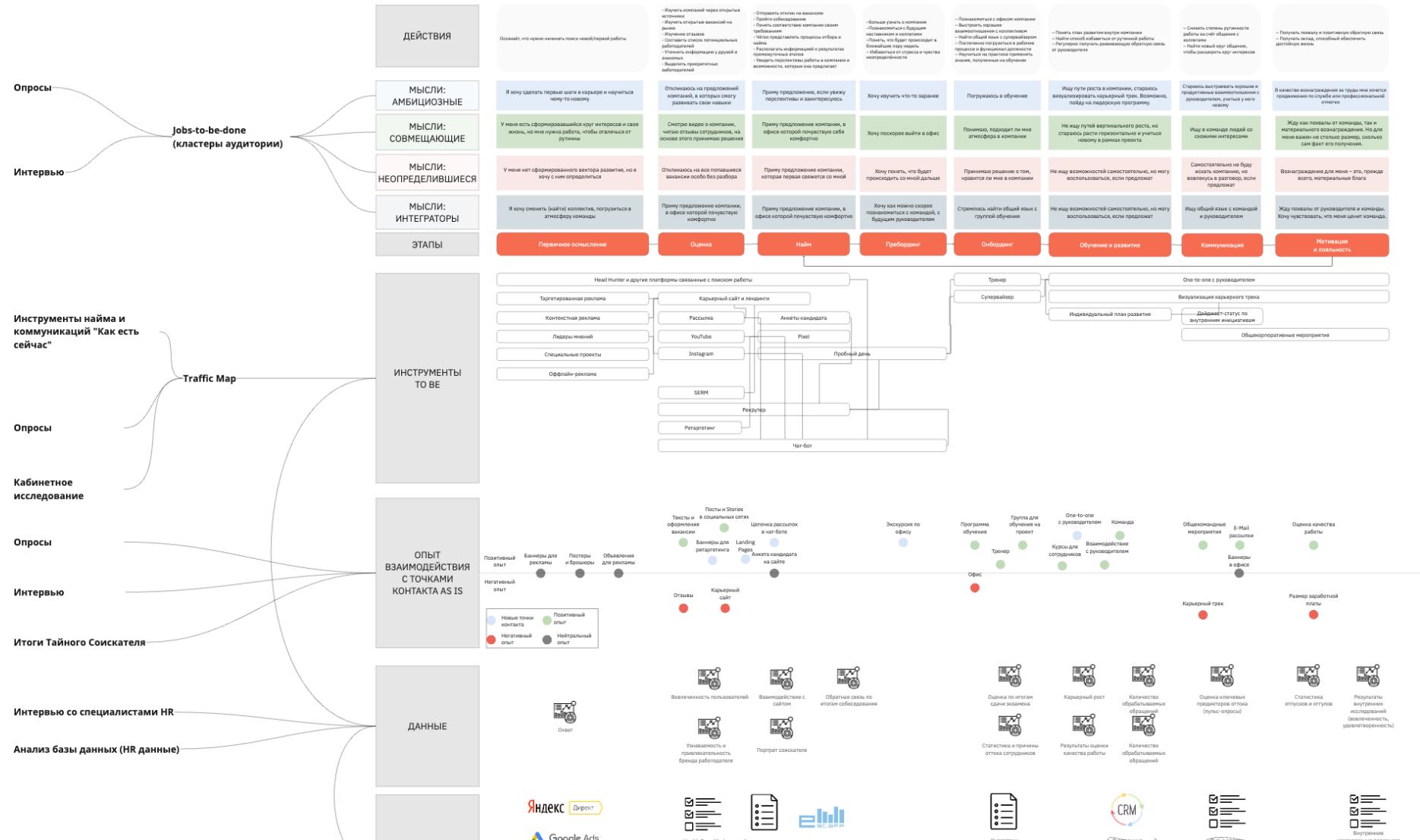
Известность проектов компании/методологии компании

Направление воздействия фактора на результат



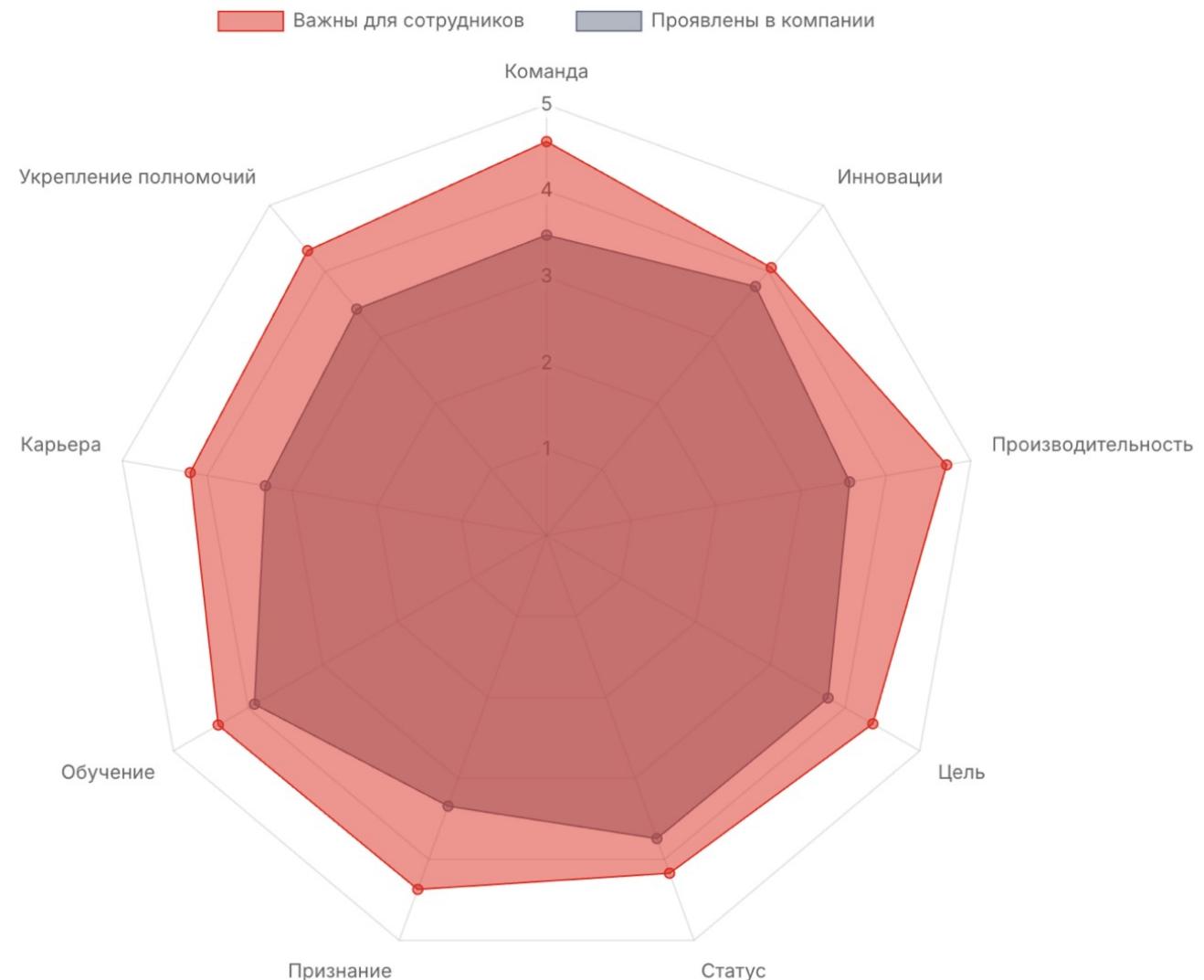
Карта путешествия (ЕЖМ)

Employee Journey Map TO BE для сотрудников *Моей компании*





Территории работодателя



Аналитика на входе

| Атрибут | Cluster 0 | Cluster 1 | Cluster 2 | Cluster 3 | Cluster 4 | Cluster 5 | Всего |
|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| Белая зарплата и социальный пакет | 3,49 | 4,48 | 4,64 | 3,97 | 4,42 | 4,89 | 4,42 |
| Возможность гибкого графика и удалённой работы | 3,38 | 3,79 | 4,09 | 3,42 | 4,10 | 4,52 | 3,95 |
| Возможность получения профессиональных сертификатов и наград | 2,14 | 3,44 | 4,00 | 3,04 | 4,03 | 4,64 | 3,71 |
| Возможность предлагать и внедрять инновационные идеи/проекты | 2,35 | 3,66 | 4,40 | 3,20 | 4,15 | 4,69 | 3,90 |
| Возможность продвижения в периметре компании | 2,76 | 3,93 | 4,45 | 3,55 | 4,16 | 4,80 | 4,08 |
| Возможность работать с сильным руководителем/лидером | 3,43 | 4,01 | 4,65 | 3,49 | 4,19 | 4,81 | 4,19 |
| Возможность работать с экспертами, которые известны на рынке | 2,24 | 3,51 | 4,29 | 3,05 | 4,06 | 4,58 | 3,78 |
| Возможность работы с уникальными системами и оборудованием | 2,24 | 3,69 | 4,28 | 3,36 | 4,11 | 4,80 | 3,92 |
| Возможность развиваться как профессионал и эксперт (горизонтальный рост) | 3,35 | 4,19 | 4,73 | 3,97 | 4,34 | 4,90 | 4,36 |
| Возможность расти как управленец (вертикальный рост) | 2,97 | 3,80 | 4,44 | 3,47 | 4,23 | 4,71 | 4,05 |
| Возможность релокации | 2,38 | 2,95 | 3,31 | 2,82 | 3,73 | 4,00 | 3,28 |
| Дружелюбная атмосфера в компании | 3,97 | 4,53 | 4,71 | 4,26 | 4,31 | 4,81 | 4,50 |
| Известность бренда компании на рынке | 1,78 | 3,29 | 3,94 | 3,07 | 3,97 | 4,51 | 3,61 |
| Команда единомышленников | 3,22 | 4,20 | 4,62 | 3,68 | 4,26 | 4,69 | 4,22 |
| Корпоративное обучение, оплата внешних курсов | 2,81 | 3,95 | 4,61 | 3,38 | 4,21 | 4,81 | 4,11 |
| Личный бренд руководителя компании | 1,49 | 2,88 | 3,55 | 2,54 | 3,74 | 4,22 | 3,24 |
| Наличие в компании большой отраслевой/технологической экспертизы | 2,14 | 3,58 | 4,00 | 3,04 | 3,97 | 4,59 | 3,71 |
| Офис с современными условиями работы | 3,38 | 4,11 | 4,42 | 3,68 | 4,16 | 4,86 | 4,20 |
| Прозрачное понимание того, что происходит в компании | 3,62 | 4,26 | 4,61 | 3,76 | 4,24 | 4,79 | 4,30 |
| Работа с масштабными проектами; задачи, способствующие профессиональному развитию | 2,92 | 4,02 | 4,67 | 3,35 | 4,05 | 4,84 | 4,12 |
| Реализация высокобюджетных проектов | 2,03 | 3,74 | 4,04 | 3,08 | 4,16 | 4,83 | 3,83 |
| Реализация проектов, которые меняют мир | 2,08 | 3,39 | 4,29 | 2,96 | 3,95 | 4,66 | 3,73 |
| Систематизированные и описанные бизнес-процессы и алгоритмы действий | 2,51 | 3,74 | 4,10 | 3,30 | 3,94 | 4,68 | 3,86 |
| Скорость принятия решений/ реализации проектов в компании | 2,65 | 3,99 | 4,47 | 3,20 | 4,03 | 4,87 | 4,03 |
| Творческий подход к задачам без избыточной регламентации | 2,57 | 3,59 | 4,35 | 3,39 | 4,08 | 4,83 | 3,95 |
| Узнаваемость продуктов/проектов компании во внешней среде | 1,95 | 3,45 | 4,01 | 3,16 | 4,05 | 4,79 | 3,75 |
| Уровень заработной платы и премий | 4,59 | 4,84 | 4,89 | 4,34 | 4,53 | 4,91 | 4,71 |
| Всего | 2,76 | 3,81 | 4,32 | 3,39 | 4,12 | 4,70 | 3,98 |

| Кластер | Основные факторы | Характеристика | Доля во внешних опросах | Доля во внутренних опросах |
|--|--|--|-------------------------|----------------------------|
| 0 «Базовые потребности» | <ul style="list-style-type: none"> Уровень зарплаты Дружелюбная атмосфера в компании Оплата обучения и внешних курсов Возможность развиваться как профессионал и эксперт | Половина респондентов в кластере имеет стаж в профессии 5-10 лет | 8% | 8% |
| 1 «Карьеристы» | <ul style="list-style-type: none"> Работа с масштабными/инновационными и высокобюджетными проектами Скорость принятия решений и реализации проектов Возможность продвижения в периметре компании | <ul style="list-style-type: none"> - Большой объём специалистов по сравнению с другими кластерами - 50% респондентов работают в сфере от 5 лет | 18% | 24% |
| 2 «Технические специалисты» | <ul style="list-style-type: none"> Работа с масштабными проектами и задачами, способствующими профессиональному развитию Возможность развиваться как профессионал и эксперт Возможность внедрять инновационные идеи | Характерно, что для внутренних респондентов важнее проектные факторы, а для внешних – вертикальный рост | 16% | 30% |
| 3 «Творцы» | <ul style="list-style-type: none"> Возможность развиваться как профессионал и эксперт Возможность продвижения в периметре компании Творческий подход к задачам без излишней регламентации | Стаж в среднем от 1 до 5 лет | 21% | 9% |
| 4 «Масштаб и бренд» | <ul style="list-style-type: none"> Реализация высокобюджетных проектов Возможность внедрять инновационные идеи Возможность работать с экспертами, которые известны на рынке | Стаж в среднем от 5 лет | 16% | 10% |
| 5 Важно всё | <ul style="list-style-type: none"> Только гигиенические факторы | Самый маленький стаж в компании и профессии | 21% | 20% |

Воронка найма: найм по ценностям и поиск «бутылочных горлышек»

Изменение формы
заявки, ретаргетинг

Изменение стратегии продвижения
вакансии для поиска целевых

| Посетители сайта | C | Начали оставлять заявку | C | Оставили заявку | C | Кейс-задание | C | Интервью | C | Наняли | Стоимость найма |
|------------------|--------|-------------------------|--------|-----------------|--------|--------------|-------|----------|--------|--------|-----------------|
| 63395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | р.145 708,51 |
| 63395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 92 372 | 27,80% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63 395 | 19,08% | 17 626 | 58,49% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63 395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 7 076 | 69,13% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63 395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 3 357 | 9,99% | 158 | 29,75% | 47 | 100 000 |
| 63 395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 230 | 43,34% | 47 | 100 000 |
| 63 395 | 19,08% | 12 097 | 40,14% | 4 856 | 47,45% | 2 304 | 6,86% | 158 | 29,75% | 68 | 100 000 |

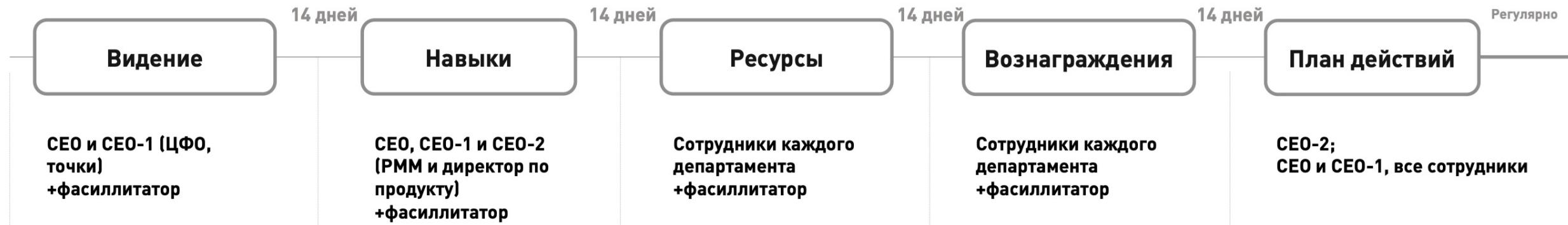


Важность/представленность



Карта имплементации ценностей и правил

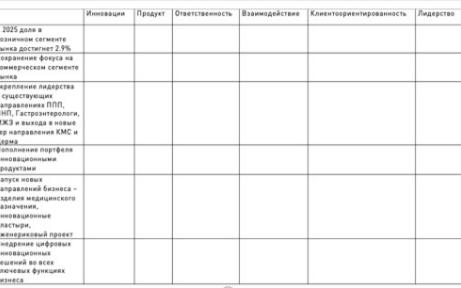
Участники



Мероприятия

| | | | | |
|--|--|---|---|---|
| Стратегическая сессия для определения ключевых направлений изменений | Стратегическая сессия в расширенном составе для определения стратегических компетенций | Собрания департаментов, на которых распределяются ключевые ресурсы, необходимые для овладения стратегическими компетенциями | Собрания департаментов, на которых формируется план дальнейших действия, инструменты контроля, форматы и частота отчёtnости | Сессия, по итогам которой формируется матрица вознаграждений и дорожная карта |
|--|--|---|---|---|

Документы и ТК

| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|------------|---|----------|---|-----------------|---|----------------------|---|-------------|---|--------------------|---|--------------------------|---|--------------------|---|-----------------|---|------------------|---|-----------------|---|------------------------------|---|-----------------|---|-----------------|---|----------------------------|----|-----------------|----|-------------------|----|---------------------|----|--------------------|----|---------------------|----|--------------------------------|----|-------------|----|---------------------------|----|------------|----|
| <p>Матрица задач, поддерживающих реализацию стратегии через ценности</p> <p></p> <p>1. Карта компетенций, определяющая приоритетные направления обучения и развития</p> <p>2. Таблица индикаторов ключевых компетенций</p> | <p>Список тактических задач в привязке к компетенциям с оценкой сложности, важности и результата выполнения</p> <p></p> | <p>Карта пересечений уровней вознаграждений с освоением компетенций</p> <p></p> | <p>Содержание</p> <table border="1"> <tr><td>СОДЕРЖАНИЕ</td><td>2</td></tr> <tr><td>ВВЕДЕНИЕ</td><td>2</td></tr> <tr><td>БИЗНЕС КОМПАНИИ</td><td>3</td></tr> <tr><td>ЧАСТЬ 1: КОМПЕТЕНЦИИ</td><td>3</td></tr> <tr><td> Компетенции</td><td>3</td></tr> <tr><td> Группы компетенций</td><td>3</td></tr> <tr><td> Составляющие компетенции</td><td>3</td></tr> <tr><td>ФИЛОСОФИЯ КОМПАНИИ</td><td>6</td></tr> <tr><td> Миссия Компании</td><td>6</td></tr> <tr><td> Видение Компании</td><td>6</td></tr> <tr><td> Кодекс Компании</td><td>6</td></tr> <tr><td> Социальная политика Компании</td><td>6</td></tr> <tr><td>НОРМЫ И ПРАВИЛА</td><td>9</td></tr> <tr><td> Нормы и правила</td><td>9</td></tr> <tr><td> Правила повседневной жизни</td><td>11</td></tr> <tr><td> Одни соглашения</td><td>11</td></tr> <tr><td> Другие соглашения</td><td>11</td></tr> <tr><td> Социальная политика</td><td>11</td></tr> <tr><td>РАЗВИТИЕ ЛИЧСНОСТИ</td><td>12</td></tr> <tr><td> Социальная политика</td><td>12</td></tr> <tr><td> Благотворительная деятельность</td><td>12</td></tr> <tr><td> Образование</td><td>12</td></tr> <tr><td> Волонтерская деятельность</td><td>12</td></tr> <tr><td>ПРИЛОЖЕНИЕ</td><td>14</td></tr> </table> | СОДЕРЖАНИЕ | 2 | ВВЕДЕНИЕ | 2 | БИЗНЕС КОМПАНИИ | 3 | ЧАСТЬ 1: КОМПЕТЕНЦИИ | 3 | Компетенции | 3 | Группы компетенций | 3 | Составляющие компетенции | 3 | ФИЛОСОФИЯ КОМПАНИИ | 6 | Миссия Компании | 6 | Видение Компании | 6 | Кодекс Компании | 6 | Социальная политика Компании | 6 | НОРМЫ И ПРАВИЛА | 9 | Нормы и правила | 9 | Правила повседневной жизни | 11 | Одни соглашения | 11 | Другие соглашения | 11 | Социальная политика | 11 | РАЗВИТИЕ ЛИЧСНОСТИ | 12 | Социальная политика | 12 | Благотворительная деятельность | 12 | Образование | 12 | Волонтерская деятельность | 12 | ПРИЛОЖЕНИЕ | 14 |
| СОДЕРЖАНИЕ | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ВВЕДЕНИЕ | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| БИЗНЕС КОМПАНИИ | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ЧАСТЬ 1: КОМПЕТЕНЦИИ | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Компетенции | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Группы компетенций | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Составляющие компетенции | 3 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ФИЛОСОФИЯ КОМПАНИИ | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Миссия Компании | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Видение Компании | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Кодекс Компании | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Социальная политика Компании | 6 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| НОРМЫ И ПРАВИЛА | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Нормы и правила | 9 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Правила повседневной жизни | 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Одни соглашения | 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Другие соглашения | 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Социальная политика | 11 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| РАЗВИТИЕ ЛИЧСНОСТИ | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Социальная политика | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Благотворительная деятельность | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Образование | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Волонтерская деятельность | 12 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ПРИЛОЖЕНИЕ | 14 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| <ul style="list-style-type: none"> - Повестка таунхолла и цикловой конференции - Материалы по итогам мероприятий - Методы контроля, план регулярных мероприятий (встречи комитета) - Правила компании | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Специальное предложение для участников

Бесплатный доступ к модулю «Команда и культура» на 1 квартал



Что входит в пакет:

- ✓ Тест «Индекс здоровья организации (OHI)»
- ✓ Тест «Оценка корпоративной культуры: Дихотомии Э. Шейна»
- ✓ Тест «Тестирование вовлеченности (Gallup Q12)»
- ✓ Тест «Оценка позиционирования (Модель Universum)»
- ✓ Тест «Оценка важности и проявленности факторов выбора работодателя»
- ✓ Лимит на каждый из тестов — 250 опросников
- ✓ 1 цикл запуска опросной волны (рекомендовано 1 раз в квартал)
- ✓ Консультация после тестирования с Ильей Балахниным или экспертами Paper Planes

Результаты тестирования

Индекс здоровья организации (OHI)

Команда и культура

| Компания | Цикл | Участников тестирования | Добавить подразделения |
|--------------|--|-------------------------|------------------------|
| Paper Planes | Цикл 2 — с 6 ноября 2024 г. по 6 декабря 2024 г. | 17 | Все подразделения |

Качество исполнения 0.83

Ответственность за результат, Координация и контроль, Руководство, Корпоративные организационные навыки, Мотивация сотрудников

Способность к обновлению 0.75

Ориентация на внешнюю среду, Руководство, Инновации и приобретение знания

Ориентация на внешнюю среду 0.76

| | | | |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------|---------------------------------------|
| 0.82 | 1.00 | 0.94 | 0.29 |
| Клиентоориентированность | Понимание конкурентной ситуации | Деловые партнерства | Развитие отношений с госорганизациями |

Ответственность за результат 0.76

| | | | |
|--------------------------------|---|------------------------------------|------------------------|
| 0.76 | 0.76 | 1.00 | 0.53 |
| Четко определенные обязанности | Понимают, как работа влияет на успех компании | Принятие мер по результатам оценки | Личная ответственность |

Корпоративные организационные навыки 0.82

| | | | |
|---------------------------|----------------------|---|----------------------------------|
| 0.65 | 1.00 | 1.00 | 0.65 |
| Привлечение лучших кадров | Развитие сотрудников | Закрепленность навыков в системе компании | Привлечение партнеров со стороны |



Мои контакты:

Сергей Худовеков

+79260557715

@khudovekov



Канал
Ильи Балахнина