



# Формула подбора и 7 способов повысить конверсию и снизить стоимость подбора

**Все**

**ИЛИ ПОЧТИ ВСЕ**

**МОЖНО ОПИСАТЬ**

**ФОРМУЛОЙ!**

**И БУДЕТ ВИДНО,**

**С ЧЕМ РАБОТАТЬ**

КАК ТЫ ОЦЕНИВАЕШЬ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ПЛЕМЕНИ?

КОЛИЧЕСТВО ЛОСЕЙ СЪЕДЕННЫХ НАМИ ПОДЕЛИТЬ НА КОЛИЧЕСТВО НАС СЪЕДЕННЫХ ЛОСЯМИ МИНУС КОРЕНЬ ИЗ БЕЛКИ



# Цифры графики

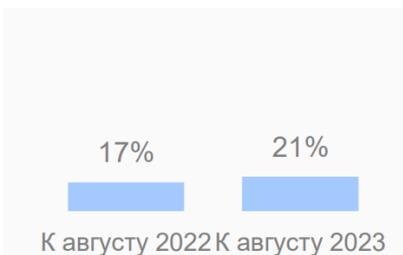
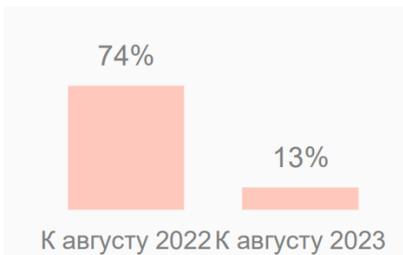
## Динамика среднего числа активных вакансий и резюме

Россия, январь 2022 = 0%

**Рынок стал очень конкурентным.  
Кандидаты выбирают куда пойти.  
Работодатели мало влияют  
на выбор, только предлагая  
лучшие условия.**



Изменение среднего числа активных вакансий и резюме в августе 2024



Источник: hh.ru

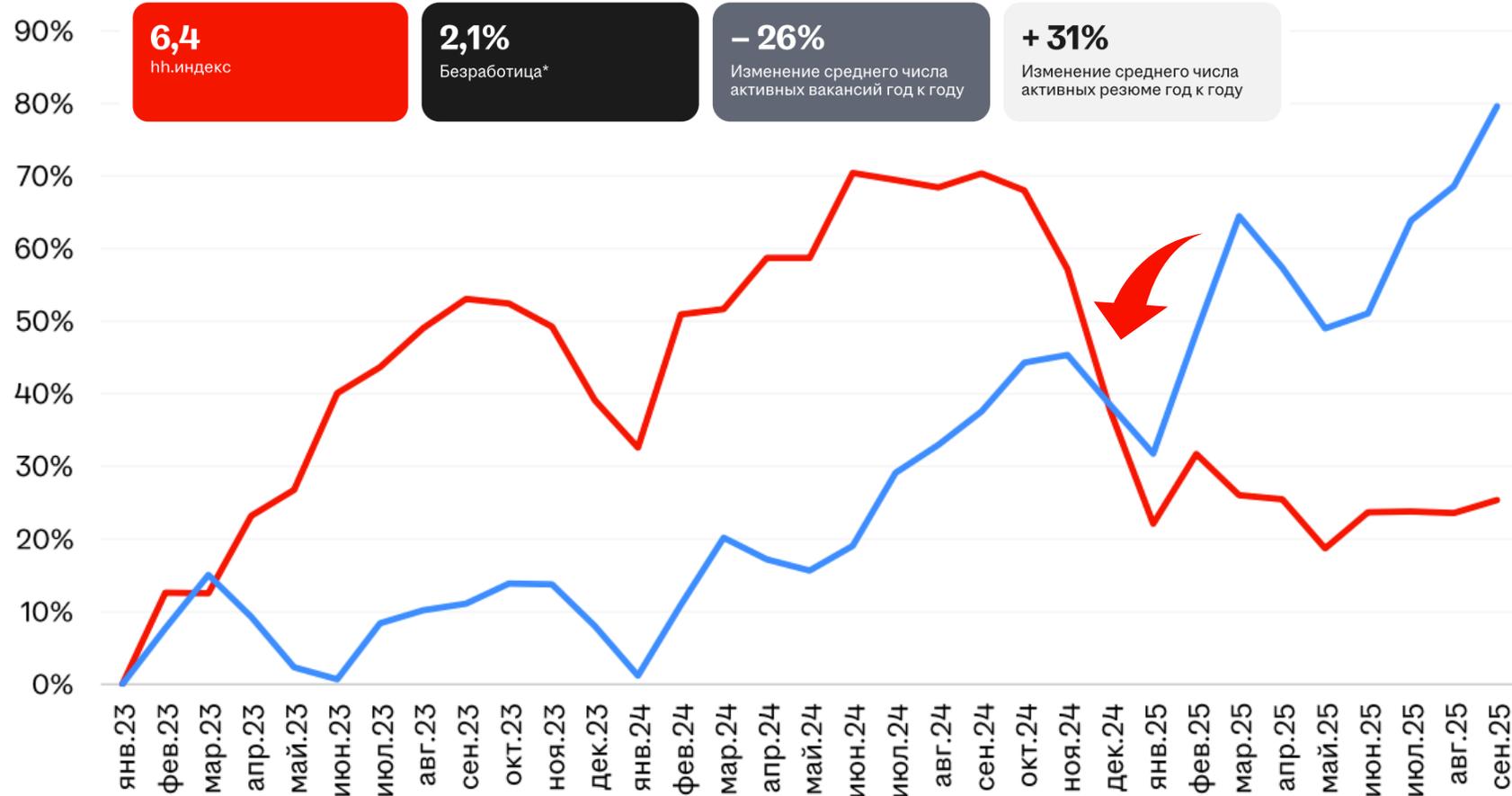


# Рынок труда – Цифры, графики

## Динамика среднего числа активных **вакансий** и **резюме**

Россия, январь 2023 = 0%

<https://clck.ru/3Pyt29>



Изменение среднего числа активных **вакансий** и **резюме** в сентябре 2025 года

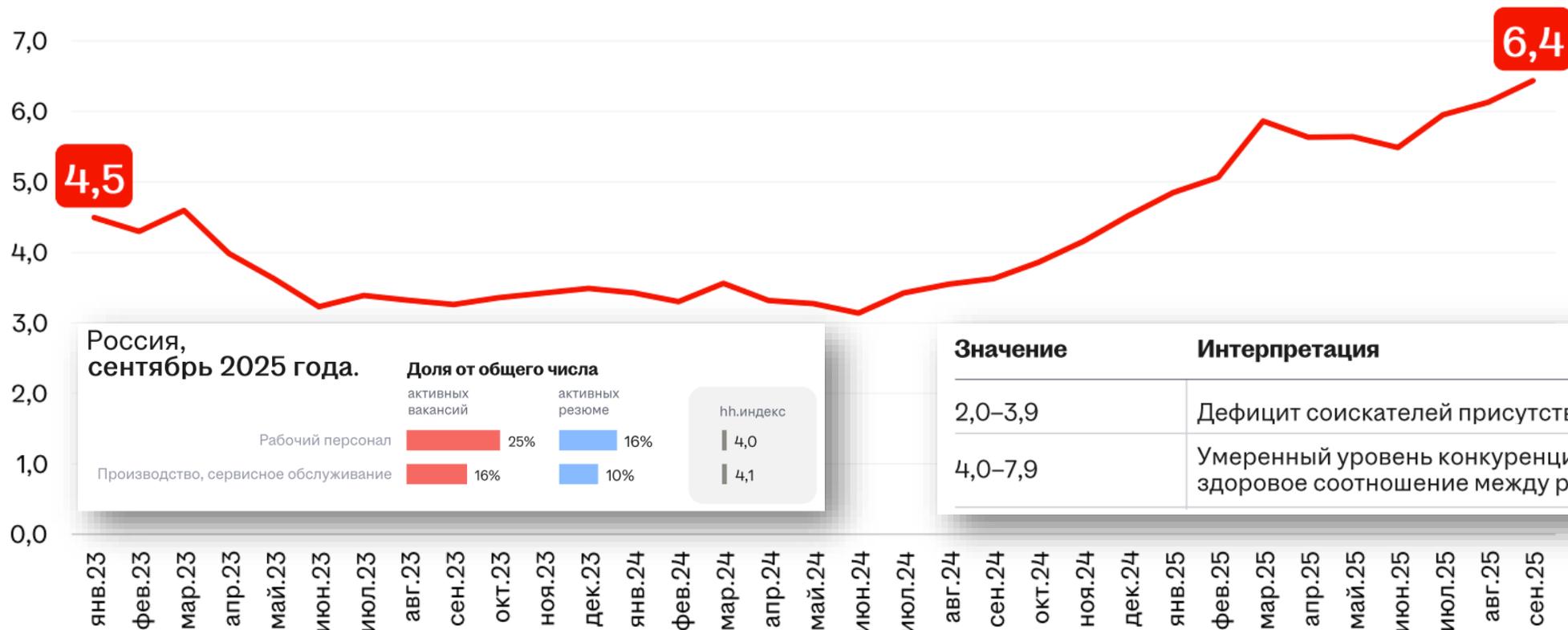


# Рынок труда – Цифры, графики

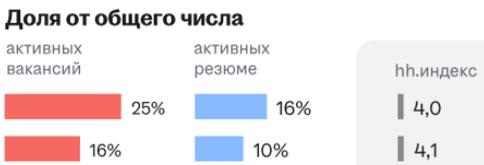


## Динамика hh.индекса

Россия. Рассчитывается как отношение среднего числа активных резюме к среднему числу активных вакансий



Россия, сентябрь 2025 года.



Значение	Интерпретация
2,0–3,9	Дефицит соискателей присутствует, рынок соискателя
4,0–7,9	Умеренный уровень конкуренции за рабочие места, здоровое соотношение между работодателями и соискателями



# Рынок труда – Цифры, графики

## Трудоспособное население – дефицитный ресурс, его привлечение происходит по рыночной цене в соответствии с законами экономики

Дефицит человеческих ресурсов – фундаментальная проблема рынка труда России

Стоимость привлечения кандидатов будет расти

Управление эффективностью процесса подбора персонала заключается в оптимальном управлении бюджетом через рациональное использование сервисов

Необходима работа над HR-брендом для привлечения соискателей, а также фокус на удержании персонала внутри компании



**Буду рассказывать про  
формулу подбора и  
основные способы его  
улучшить –**

**а ВЫ**

**заходите в опрос**

**и голосуйте, что вам больше  
откликнется?**



[https://t.me/boss\\_vnutri/856](https://t.me/boss_vnutri/856)

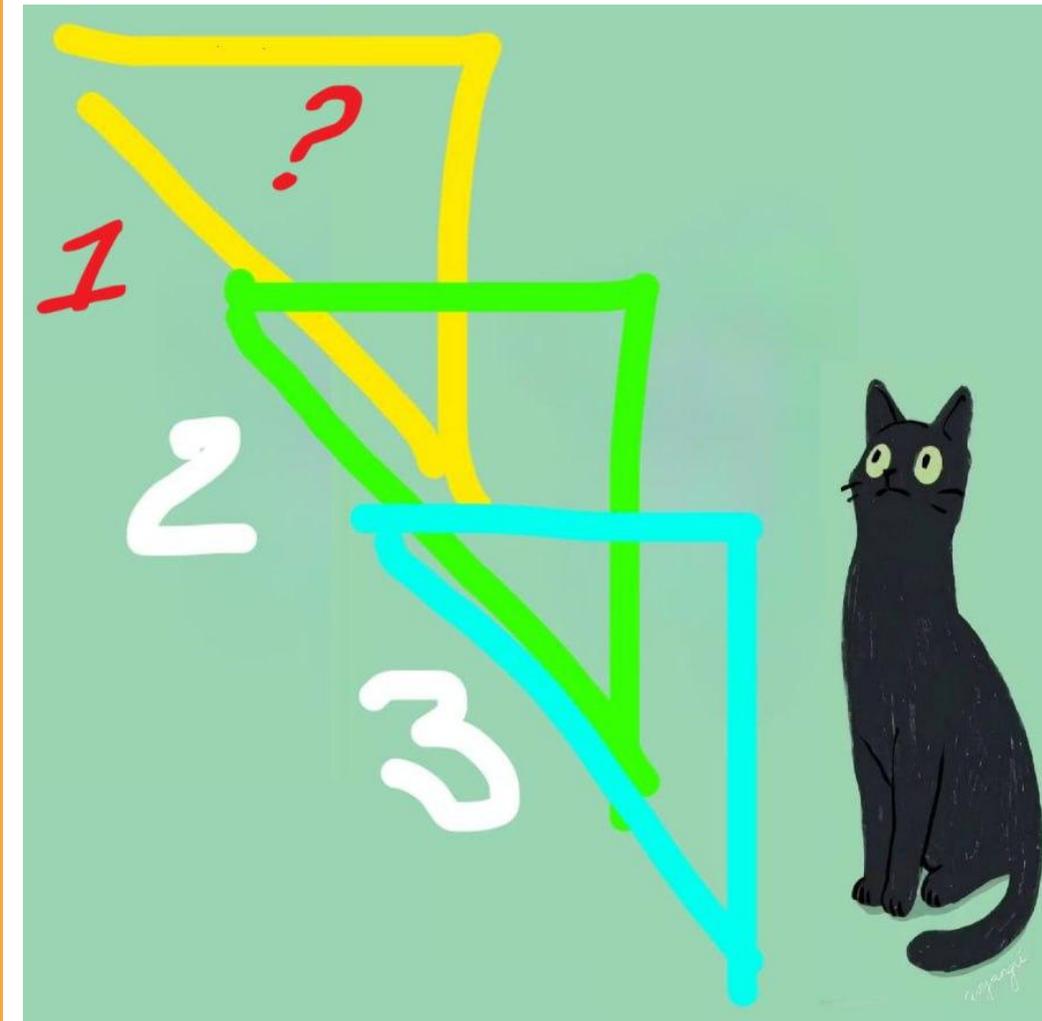


# **Что важно по итогам подбора**

***Потребности в количестве закрыты  
в целевой момент времени  
правильными сотрудниками***



# Воронка подбора: три уровня



- 1 Привлечь, «захватить внимание»
- 2 Продать, «забрать»
- 3 Удержать, «сохранить себе»



Про три уровня воронки и опрос  
[https://t.me/boss\\_vnutri/816](https://t.me/boss_vnutri/816)

Про нижний уровень воронки  
[https://t.me/boss\\_vnutri/821](https://t.me/boss_vnutri/821)



$N_{охв} * k_1 * k_2 * k_3 * \dots k_n$  – N тек нов + N внутр перев к => N отт + N прирост + N внутр перев от



# Воронка подбора



# ФОРМУЛА - цель

$N_{\text{охв}} * k_1 * k_2 * k_3 * \dots * k_n - N_{\text{тек нов}} + N_{\text{внутр перев к}}$

$\Rightarrow$

$N_{\text{отт}} + N_{\text{прирост}} + N_{\text{внутр перев от}}$

Наши действия должны вести к тому, чтобы:

**$N_{\text{охв}}$**  - Увеличивать кол-во кандидатов, которые заметили вакансию и откликнулись

**$k_1 - k_n$**  – Увеличивать конверсию на каждом уровне воронки

**$N_{\text{тек нов}}$**  – Снижать текучесть новичков, в т.ч. тех которые уже вышли на линию

**$N_{\text{внутр перев к}}$**  – Увеличивать кол-во внутренних переводов на проекты в КЦ

**$N_{\text{отт}}$**  – Снижать отток «старичков», чтобы не надо было их заменять

**$N_{\text{прирост}}$**  – Снижать потребность в приросте персонала на линии

**$N_{\text{внутр перев от}}$**  – Управлять кол-вом внутренних переводов из КЦ



# 1. Подстроиться под СЕГМЕНТЫ

**Разные сегменты кандидатов / новичков требуют особого подхода и разных дополнительных вложений в разные области компетенций.**

**$N_{\text{охв}}, k_1 - k_n, N_{\text{внутр перев в КЦ}}$**

## Цели:

- 1) Добиться роста конверсии по воронке у разных сегментов кандидатов
- 2) Добиться выхода на базовый уровень компетенций у всех новичков с учетом разного начального уровня

## Что усилить в работе:

1. **Составить профиль должности** – четко описать требования к компетенциям на выходе из начального обучения для достаточно успешной самостоятельной работы. И **составить профиль кандидата**. Состав программы обучения должен заполнять разрыв между ними.
2. **Выделить основные 2-3 сегмента новичков** со сходными потребностями и сложностями в обучении (мамы с детьми, старшее поколение, студенты)
3. В подборе и обучении **спроектировать оптимальные форматы для разных сегментов** и для разных тематик (напр., молодые студенты сами справятся с техникой, а старшим нужна помощь и доп. практика. Молодым надо «разжевать» правила работы, а старшие готовы сами прочитать и изучить. Верификацию тоже проводить по-разному).



# Разные сегменты в подборе



## Почему важно:

- ✓ Разные потребности
- ✓ Разные страхи и опасения
- ✓ Разные риски оттока в ходе адаптации и работы

## Значит:

- ✓ Нужны наши разные действия \ процедуры \ скрипты \ правила

## Что сделать для усиления по сегментам:

- **Выделить основные 2-3 сегмента.** Смотреть на уже работающих сотрудников – какие 2-3 категории стабильны и успешны.
- **Подумать про будущее и тренды:** есть перспективный сегмент, с которым мало работам? (\*пожилые – тренд)
- **Описать для каждого сегмента 3 списка:** Потребности (что важно), Страхи и опасения (чего боятся на всех этапах), Риски (что может помешать успешной адаптации)
- **Для каждого сегмента продумать что изменить** в процессах подбора, адаптации и обучения. Во всех процессах!! Вовлечь производство!
- Думать и про процессы, и про скрипты, и про описания вакансии, и про личность рекрутера, и про тренера, и про РГ, и про формат обучения, и про вход в стажировку, ...

## 2. Трансформировать подбор в продажи

N охв, k1 - kn

**Теперь подбор – это маркетинг и продажи.**

**Продвижение наших вакансий и долгой работы с нами для разных ЦА.**

**Применение разных инструментов маркетинга.**

**Продажа во время всех встреч и бесед – не только работы в целом, но и каждого следующего этапа.**

### Что усилить в работе:

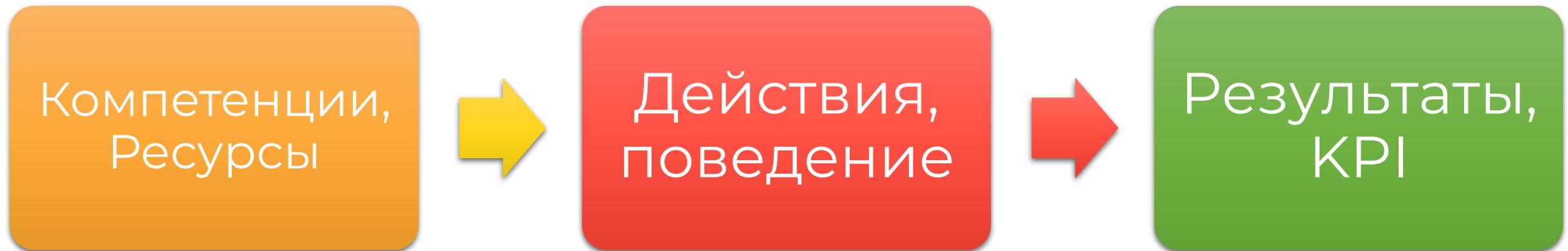
1. Выделить основные сегменты кандидатов / сотрудников
2. Понять их потребности и опасения
3. Применять маркетинг и продажи на всех этапах
4. **Научить рекрутеров продавать! Влюбить их в продажи**



[https://t.me/boss\\_vnutri/858](https://t.me/boss_vnutri/858)

## Как влияют рекрутеры и все вовлеченные

«Правильные» **Ресурсы**  
позволяют выполнять «правильные» **Действия**,  
а правильные действия ведут к целевым **Результатам**.



Чтобы получить **ИНЫЕ** результаты,  
нужно **совершать ИНЫЕ действия**.

Чтобы совершать **ИНЫЕ** действия,  
часто нужно применять  
**ИНЫЕ компетенции и ресурсы**.

## 3. Усилить ОПИСАНИЕ ВАКАНСИЙ

**Описание вакансии – вход в воронку, начало продажи. Должно выделяться на фоне конкурентов. Должно привлекать целевых кандидатов. Должно продавать следующий этап - беседу**

**$N_{охв}$ ,  $k1$ , Тек  
нов.**

### Цели:

- 1) Увеличить количество просмотров и конверсию в отклики
- 2) Воздействовать на разные сегменты кандидатов, продавать на их потребностях

### Что усилить в работе:

1. **ПОПРОБОВАТЬ** делать разные для разных сегментов – посмотреть будет ли результат (это гипотеза).
2. **Собрать 2 списка:** Что важно кандидатам и Чего опасаются кандидаты, **дополнить описания вакансий**
3. Провести **фокус-группы с новичками**, которые недавно были кандидатами. Исследовать что их привлекало / отталкивало в вакансии, в процессах подбора, обучения и адаптации.
4. **Ярче выделять важное** для кандидатов: если смотрит по диагонали в  $\frac{1}{4}$  глаза, заметит!
5. **Попробовать не требовать резюме** (тоже гипотеза, надо проверять в режиме пилота).
6. **Ярче призыв к действию** – напишите / позвоните / откликнитесь.
7. **Растить положительные отклики** своих сотрудников о своей компании.

## 4. Создать функцию ПРОВОДНИКА

**$N_{тек нов}$ ,  $k_4 - k_n$   
на нижних  
уровнях**

**Нужно провести кандидатов и новичков «за ручку» через все этапы. Роль «проводника» позволяет дать внимание каждому, и контролировать продвижение через процессы подбора, обучения и адаптации**

### Цели:

- 1) Удерживать кандидатов и новичков на каждом этапе. Дать поддержку, внимание и чувство нужности
- 2) Разгрузить рекрутеров и тренеров

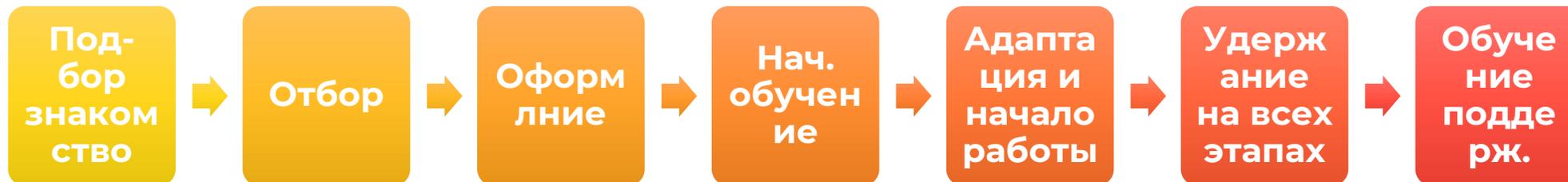
### Что рекомендую перестроить в цепочке - подбор, обучение и адаптация:

1. **Принять решение** – какой вариант «проводника» будете реализовывать, и внедрить. Это может быть наставник, Рекр., менеджер по адаптации, РГ или «передаваемая роль»:
2. **Вариант 1:** Один проводник на всю цепочку процессов. Например, рекрутер, который набирал, сверяется все время и держит связь с кандидатом. Как минимум, до конца 2-х недель на линии. Можно роль проводника давать всем, вовлеченным в процесс.
3. **Вариант 2:** Роль «проводника» передается от одного к другому, и кандидат знает кто теперь его ведет и координирует (словно «клубок с ниточкой-проводником» переходит из рук в руки)

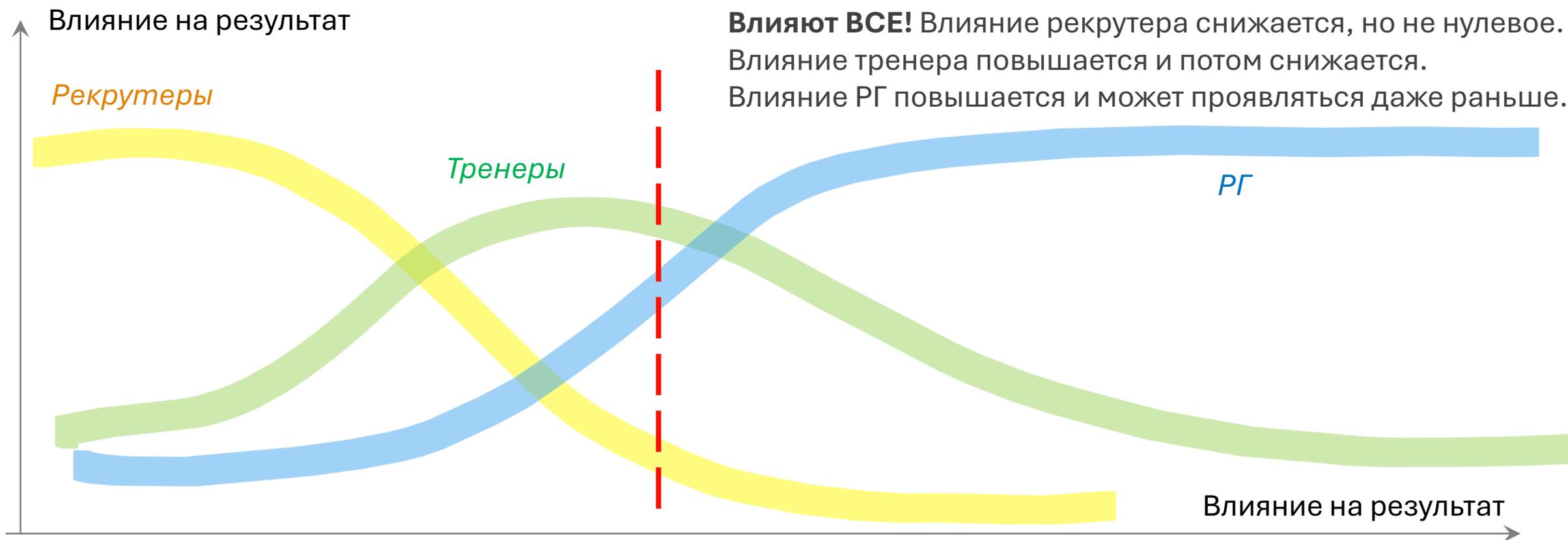
$N_{охв} * k_1 * k_2 * k_3 * \dots k_n - N_{тек нов} + N_{внутр перев к} \Rightarrow N_{отт} + N_{прирост} + N_{внутр перев от}$



# Подбор - только часть пути новичка



- Текучесть
- Конверсия
- Удовлетв-ть
- Скорость адапт.
- Укомплект-ть



## 5. Увеличить ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ подбора

**Растить скорость, производительность и качество.**

**Цели:**

- 1) Повысить производительность Рекрутеров и увеличить выработку
- 2) **Увеличить скорость отклика на резюме**

**Что усилить в работе:**

1. Составлять **план подбора** с учетом прогноза численности и текучести, чтобы хватало ресурсов рекрутеров. Привлекать «гибкую» часть штата, если есть нехватка, чтобы справляться с объемом подбора.
2. Установить **целевое время реакции** на резюме и контролировать SL
3. Увеличить производительность за счет специализации – **реализовать конвейер**.
4. Выделить **2 роли в подборе: Интервьюер + Координатор**.

*Интервьюер – тот, кто звонит и ведет беседы и отбор по требованиям. Координатор – тот, кто ведет базу кандидатов – напоминает, ведет календарь, координирует с ИТ и тренерами. Возвращает в обзвоны, когда пора снова позвонить.*

4. Выбрать **наиболее подходящих** сотрудников на эти роли.
5. **Обучить всех рекрутеров продажам**, чтобы увеличить конверсию.
6. **Автоматизировать** процесс подбора.

Обработано за период,  $k_1 - k_n$

## 6. Инвестировать в трек развития сотрудников

**Привлекательность работы в КЦ всегда под сомнением. «это только начало карьеры», «долго тут работать нельзя». Хотя КЦ может быть платформой онбординга и развития для всей компании.**

**$N_{внутр перев к}$ ,  
 $N_{внутр перев от}$ ,  
 $N_{отт}$**

### Что усилить в работе:

1. Разделять Планы развития и Планы коррекции
2. Прорисовать ясный трек профессионального и карьерного роста с четкими ясными обещаниями
3. Выделять сегменты сотрудников (успешность, потенциал, особые компетенции) для планирования разных уровней и форматов поддержки в развитии
4. Создавать возможности развития и проф- переориентации в рамках компании

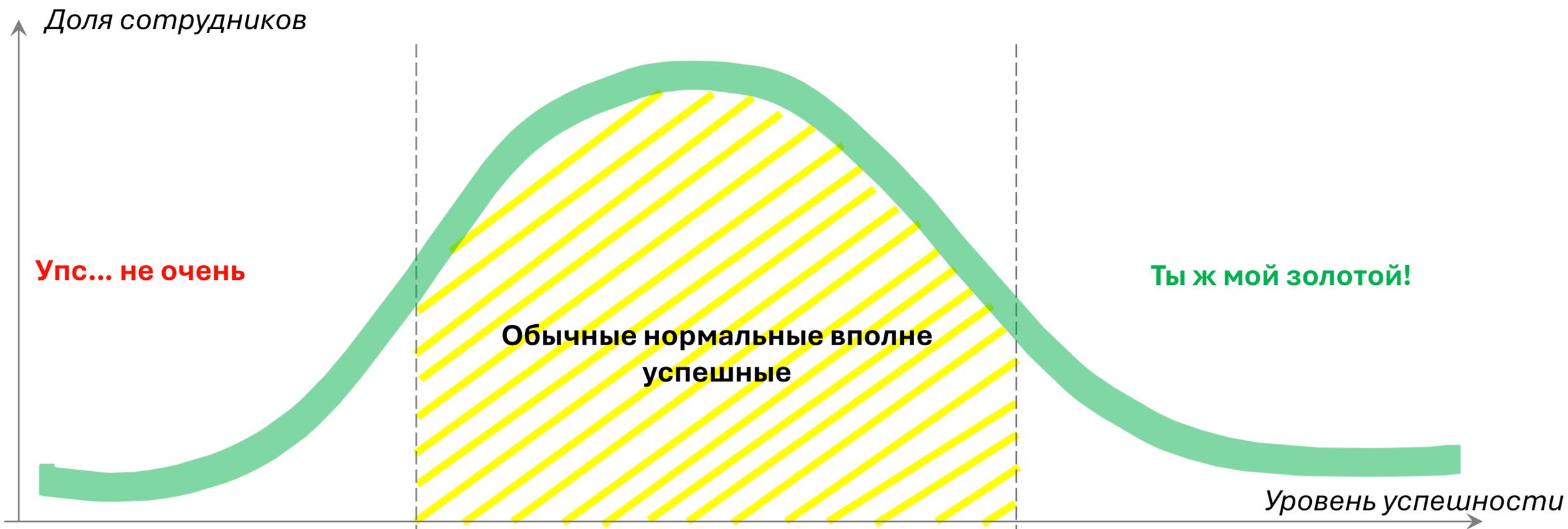


# Помним про «нормальное распределение» сотрудников



«Распределение — это связь между значением величины и вероятностью того, что она примет это значение»

- Супер успешны не 100%, а только часть.
- Всегда будут отклонения в + и в -.
- Никогда не будут идеальны все сотрудники и все кандидаты
- Мы хотим увеличить долю «нормальных средних» среди всех сотрудников КЦ и снизить долю неуспешных.
- И мы хотим удержатъ прежде всего «нормальных» и «золото»



# 7. ТЕКУЧЕСТЬ снижать в приоритете

При стабильной нагрузке основная причина подбора – **всполнение оттока**.  
Нужно меньше терять, чтобы меньше набирать.

**$N_{тек нов}$ ,  $N_{отт}$ ,  
 $N_{внутр перев от}$**

## Цели:

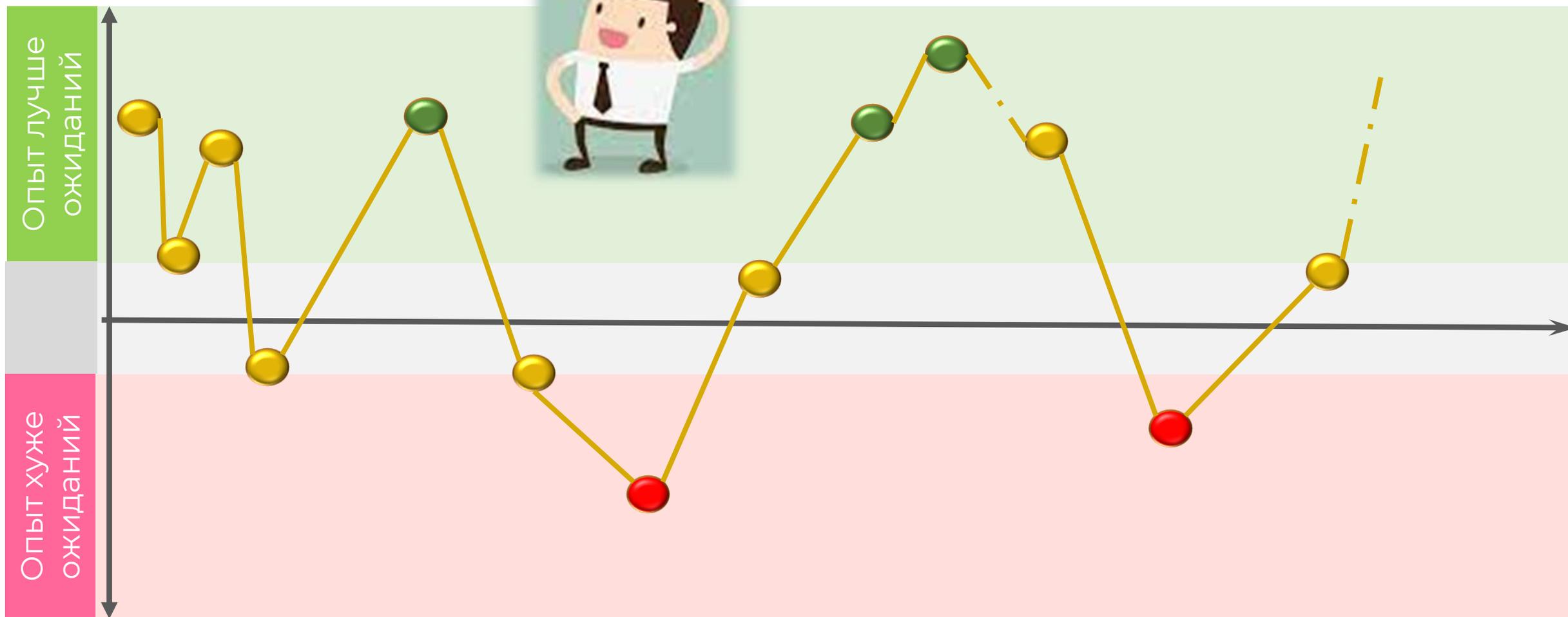
- 1) Снизить отток сотрудников
- 2) Повысить уровень удовлетв. работой и снизить уровень неудовлетвлетв.

## Что усилить в работе:

1. **С высоким приоритетом внедрять мероприятия для удержания и развития** существующих сотрудников.
2. **Сформировать план удержания персонала**. В первую очередь работать с негативом – с причинами оттока, с жалобами от сотрудников. Вкладываться в упрощение работы, в развитие компетенций, в улучшение гигиенических факторов удовлетворенности (зарплата, условия работы, графики, необходимое для спокойной и успешной работы обучение). И поддерживать то, что создает связи и удерживает - социальные контакты, интересы сотрудников. Проверять по плану статусы и результаты (помогло / не помогло).
3. **NEW!!!** Внедрить и мониторить **метрики справедливости** (расскажу на вебинаре, см анонс).



# Опоры: Employee Journey



**Особое внимание у новичков точкам:  
«Первый раз», «Принятия решений»**

# 7 направлений с учетом формулы подбора



1. Подстроить процессы под разные СЕГМЕНТЫ кандидатов и сотрудников
2. Трансформировать подбор в ПРОДАЖИ
3. Усилить ОПИСАНИЕ ВАКАНСИЙ
4. Создать функцию ПРОВОДНИКА
5. Увеличить ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ подбора и СКОРОСТЬ РЕАКЦИИ на резюме
6. Инвестировать в ТРЕК РАЗВИТИЯ сотрудников
7. ТЕКУЧЕСТЬ снижать в приоритете



Голосуем тут: [https://t.me/boss\\_vnutri/856](https://t.me/boss_vnutri/856)

# Как могу быстро **ПОМОЧЬ**



**Анонс ближайших вебинаров  
и курсов  
(в т.ч. про продажи в подборе)**

[https://t.me/boss\\_vnutri/858](https://t.me/boss_vnutri/858)



**Презентация с доклада  
и запись (попозже выложу)**

[https://bossvnutri.ru/free\\_personal](https://bossvnutri.ru/free_personal)





# Елена Войтова

 Тренер, Консультант

 Помогаю повысить эффективность процессов

 Помогаю улучшить работу сотрудников

 Верю в лучший Клиентский опыт

## Контакты

Почта [Elena.Voytova@gmail.com](mailto:Elena.Voytova@gmail.com)

Telegram [https://t.me/boss\\_vnutri](https://t.me/boss_vnutri)

Youtube – канал <https://clck.ru/32TMW7>

Сайт <https://bossvnutri.ru>

