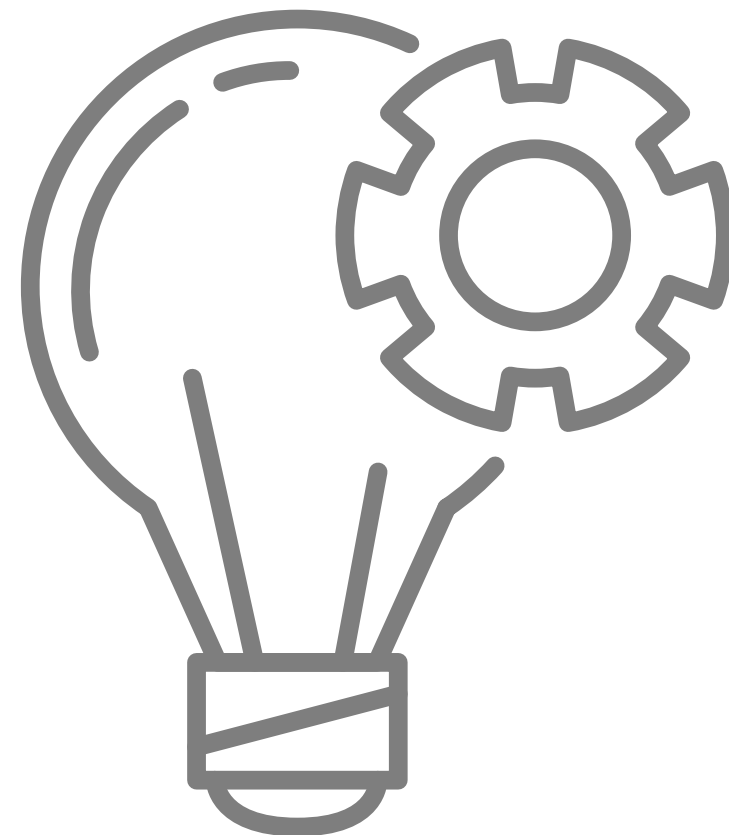


Корпоративное обучение

«Sourcing квест»

Что будет на обучении

Продолжительность обсуждается, разбиение на вебинары условно. Даются домашние задания. Есть предварительное задание (например, перевести VK аккаунт в статус, при котором открывается рекламный кабинет).



**Вебинар 1. Нескучный взгляд на hh и другие job-сайты или x-ray по HH тоже может быть другим
Это программа, которая дает ответ, почему у одного рекрутера кандидатов нет, а у другого за час подборка из 30.**

1. Точки входа в поисковую матрицу или как найти любого.
2. Концепция поисковых запросов с низким уровнем определенности.
3. Карты поиска – как через HH установить контакт почти с любым сотрудником конкурента, сорсинг доноров, сорсинг компетенций и другие точки входа в поисковую матрицу.
4. Работа с синонимами – основная магия поисковых машин.
5. X-ray запросы в Google к HH. Разница поисковых машин и почему паук Google может найти больше и как это использовать.
6. Мета данные или перестаньте писать «ерунду» в ключевых навыках. Принципы работы с тегами в hh и на других сайтах (кстати, абсолютно одинаковые) и как их использовать в поиске.
7. Социальные сети и Телеграм - индикаторы, по которым можно от анонимности дойти до резюме в hh.
В интерактивном режиме решаются задачи и упражнения, показывается, как за счет смены сценариев увеличивается воронка.

Вебинар 2. Коллекция инструментов (необходимо согласовать – рассматриваем или нет, как делать или только упоминаем).

2. Техники:

- а) Захват региона с помощью социальных сетей: 15 тактик присутствия в регионе в социальных сетях и форумах, включая следующий пункт.
- б) Рекламные кампании в VK, Одноклассниках и др. – цели, дополнительные возможности рекламного кабинета VK для анализа аудитории социальной сети.
- в) Форумы - хорошо забытое старое. Зачем на форуме про рыбалку писать о вакансиях.
- г) Форумы, группы, каналы университетов, групп, сообщества студентов и выпускников – один из сильнейших ресурсов, т.к. «участники» сами забыли, что они там есть.
- д) Телеграм – региональный тематический и специализированный охват. Использование ботов для сбора ID чата или канала, как использовать Телеграм кандидата и почему не стоит писать напрямую.
- е) Наружная реклама: радио, наземный транспорт и др. – когда работает?
- ж) Событийный рекрутмент офлайн и онлайн или как на получасовой вебинар может собрать лидов больше, чем на вакансию в hh – варианты событий, которые могут привлечь целевую аудиторию. Цели, когда окупается, особенности проведения (от почти бесплатно до глобального мероприятия).
- з) Сувенирка, флаеры и прочая атрибутика – зря забытая практика визуализации и артефакта.
- и) Центры занятости – меняем тактику работы, новые возможности в связи с началом работы Работа в России.
- к) Блогеры – новая эра общения с целевой аудиторией, основы инфлюенс-маркетинга.
- л) Собственные группы и каналы – когда результат оправдывает средства.
- м) Кросс-акции – партнерские программы.
- н) Публикации в «бумажной» прессе – когда сработает.

3. Инструменты:
 - а) Посадочные страницы и зачем они нужны.
 - б) Видеоконтент для продвижения и удержания кандидатов.
 - в) Собственные страницы в социальных сетях (представительства) – зачем, когда и почему общей недостаточно.

Вебинар 3. Введение в сорсинг на основе Boolean search

1. Стратегия сорсинга или почему у одних работает, а у других нулевой результат.
2. Что ищем, логика построения запросов. Почему Google недостаточно и надо «добавлять» другими источниками. Понятие Google Dark.
3. Коллекция базовых запросов: с чего начать, чтобы понять, что это работает, а потом учить отдельные операторы (действительно придется).
4. Как определять источники для поиска.
5. Парсинг – если машиной нельзя, как сделать руками. Приемы работы с парсинг-источниками, поиска объектов парсинга или как через комментарии к посту ведущего курса для целевой аудитории «вычислить» кандидатов. Домашнее задание между вебинарами с разбором. Написать запросы на поиск конкретного человека по заданию. Определить валидные каналы (группы в соц. сетях, каналы) по критериям соответствия запросу (где кандидат бывает).

Вебинар 4. Таргетинг, поиск в социальных сетях и оценка эффективности (зачем тратить столько времени – преимущества и дополнительные выгоды Vs оправданность затрат)

1. Стратегия присутствия в профессиональной группе, в регионе, в окружении конкретной целевой группы, в том числе от хочу, чтобы меня в регионе каждый (почти) специалист в конкретной отрасли знал, до способов найти любого человека из региона.
2. Как устроен сорсинг в социальных сетях.
3. Рекламные кампании в VK (таргетированная реклама или «остатки» таргетинга на примере VK).
4. Модели присутствия рекрутера в социальных сетях: от малоактивного аккаунта, но вызывающего доверие, до лидера мнений (почти один шаг) в целевой аудитории.

Отдельный вопрос нужно ли давать особенности рекламы в социальных сетях (изменение закона) или в любом случае будет через маркетинг проходить?

Стоимость: от 2-х часов - 200 000 руб.

Спикер Ольга Чумакина

HRD, профессиональный рекрутер, юрист по трудовому праву.

Консультант и бизнес-тренер.

Ведущий более 40 программ по подбору персонала и иных направлений HR в компании CordisON и других организациях.

15+ лет опыта в HR-консалтинге и проведения бизнес-тренингов в открытом и корпоративном формате.



Отзывы о спикере

"После просмотра сегодняшнего вебинара с Ольгой Чумакиной по подбору осталась очень довольна, очень интересно было слушать и много нового для себя узнала, перезагрузила свой мозг)"

"Темп классной практической информации был очень высокий, поэтому надо пересмотреть запись. Благодарю за Ваш опыт и такую акцентную подачу"

"Спасибо большое за вебинар, очень полезно, содержательно, взяла многие вещи на заметку"

"Очень много полезной информации, спасибо!"

"Огромное спасибо, много ценной информации"

"Спасибо огромное за курс, все структурировано, лекции не большие, удобно смотреть, много полезного материала."

"Впечатление положительное, информация подается доступно, логично, структурировано. Курс помог структурировать уже имеющиеся знания и новые знания, полученные в ходе обучения. Особенно полезна была информация о диагностике позиции, о формировании заявки и взаимодействии с заказчиком."

арб

- 7 [495] 414-47-01

- support@1-arb.ru

- 1-arb.ru