

# О компании

- Основана в 1996 году
- В топ-3 розничных сетей Узбекистана
- 90 магазинов
- 7000+ сотрудников



# Наша история создания и трансляции EVP

## 1-й ЭТАП

- Формирование базовых процессов, которые прозрачны и понятны сотрудникам.
- Автоматизация процессов для оптимизации трудозатрат и повышения скорости в процессах.
- Передача навыков HR линейным руководителям (подбор, обучение, вознаграждение, карьера) .






# Наша история EVP

## 2-й ЭТАП

- Внешнее исследование целевой аудитории и внутреннее исследование/интервью сотрудников, чтобы выделить наши ключевые отличия/преимущества.
- По результатам исследования формирование главного инсайта целевой аудитории и ключевых EVP.
- Совместная работа с маркетингом по трансляции EVP в соответствии брендом компании.
- Запуск масштабной кампании по привлечению соискателей на основе EVP.

## Главный инсайт наших соискателей\*



Без наличия связей мне сложно найти стабильную работу — место, где смогу быстро развиваться

\*По результатам проведенного исследования ЦА в апреле-мае 2022

# Потрет целевой аудитории

## КТО ОНИ:

- Клиентоориентированные
- Способные работать при интенсивной нагрузке
- Честные, ответственные
- Хотят расти и развиваться,
- Быстрообучаемые
- 19-35 лет
- Пол: соотношение равное
- Среднее образование, но хотят высшее
- Минимальный опыт работы

## КАК ИЩУТ РАБОТУ:

- Очень активно
- Где ищут: подключают друзей, родственников, знакомых, колледж, работные сайты.
- Откуда приходят предложения больше всего: olx, телеграм-каналы
- Какие вакансии привлекали внимание: официант, автомойщик, оператор колл-центра.
- Какие нет: строительство, сетевой маркетинг, холодные продажи, временная работа

## АТРИБУТЫ РАБОТОДАТЕЛЯ:

- Обязательные: удобный график работы, рядом с домом, перспективы для карьерного роста
- Дополнительные: питание, проезд, официальная работа, среда для развития, профессиональная команда
- Что отпугнет: неадекватное руководство, задержки выплат, нестабильность, нездоровая атмосфера в коллективе

## ЖЕЛАЕМЫЙ ОБРАЗ КОМПАНИИ:

- где можно быстро построить карьеру
- где чувствуешь уверенность в завтрашнем дне
- где открытая среда, можно спокойно высказывать свое мнение
- где ценят труд
- где не обманут

# Инсайты целевой аудитории

## Контекст:

Молодёжь сталкивается с большими препятствиями в процессе трудоустройства. В свою очередь, это приводит к высокой безработице и апатии среди данной группы населения.

Молодые люди, не имеющие места работы или учёбы, составляют 24% от всей молодёжи в возрасте 16–24 лет (26,4% — в группе от 16 до 29 лет) \*

\*Доклад Всемирного Банка 10.09.2021

Хорошая работа только по блату	Я могу найти хорошую работу только через знакомых и родственников
Задержка заработных плат	Работодатели сферы услуг часто задерживают заработную плату, либо недоплачивают
Отсутствие официального трудоустройства	Я работаю/подрабатываю неофициально поэтому не имею прав согласно ТК, а также не могу получить кредитование. Работодатели часто не выполняют своих условий, уклоняются от обязательств
Отсутствие опыта и невозможность его получения	У меня нет опыта работы, который везде указывают в требованиях работодателя
Низкое социальное обеспечение работников	Некому обратиться в случае возникновения проблем, дополнительных потребностей, в т.ч. материальных

# Наш ответ на тревоги ЦА



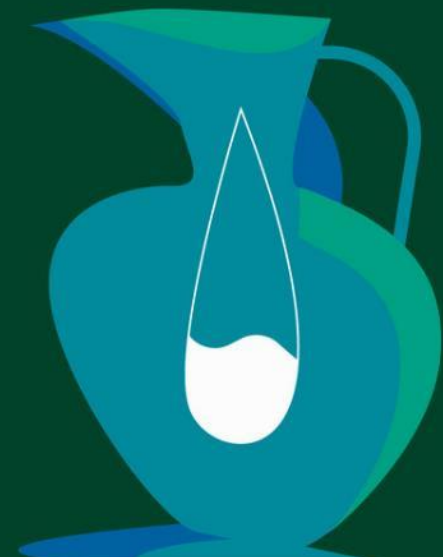
**Ценности  
компании и как  
мы их доносим**



## Наши ценности - незаменимые ингредиенты в работе



КЛИЕНТООРИЕН-  
ТИРОВАННОСТЬ



ПРОЗРАЧНОСТЬ И  
ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ



ИННОВАЦИОННОСТЬ



ПРЕВОСХОДСТВО  
ВО ВСЁМ



ВОВЛЕЧЕННОСТЬ





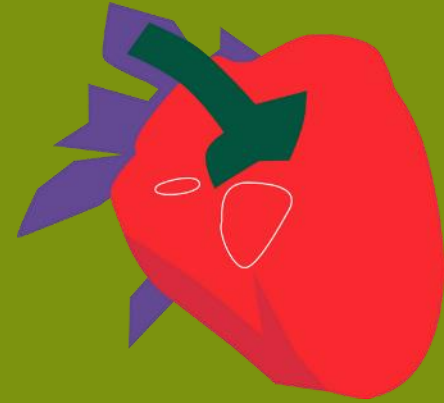
## **Идея для продвижения корп. ценностей**

Мы представили, что работа — это приготовление блюда, а ценности — его ингредиенты, и построили на этом концепцию под названием «Работа со вкусом»

## **В основе концепции — метафора**

Мы взяли на вооружение метод ассоциативной памяти — как наиболее эффективный способ запоминания и воспроизведения информации.

## КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ — ПИКАНТНЫЕ СПЕЦИИ



В готовке специи добавляются по вкусу, а не по рецепту. Кто-то любит блюда поострее, кому-то нужно чуть больше соли. Чтобы гости всегда были довольны, важно учитывать их вкусы при готовке. Так же и в работе с клиентами. Мы должны находить индивидуальный подход к каждому покупателю, стараться удовлетворить его потребности.

## ПРОЗРАЧНОСТЬ И ВЗАИМОУВАЖЕНИЕ — РОДНИКОВАЯ ВОДА



Вода – основа многих блюд, она объединяет все ингредиенты. Без чистой воды не приготовить ни хороший плов, ни наваристый лагман. Также и с работой – без прозрачности и взаимоуважения не выстроить доверительных отношений с коллегами и партнерами.

## ВОВЛЕЧЕННОСТЬ — ОГОНЬ



Многие блюда без огня просто невозможно приготовить. Он превращает сырые ингредиенты во вкусную еду, делая её горячей и ароматной. Так же и с работой — без огня в глазах любая задача будет в тягость. Чтобы труд приносил удовольствие, надо быть вовлеченным и гореть за результат.



## ИННОВАЦИОННОСТЬ — ЭКЗОТИЧЕСКИЕ СОУСЫ

Даже самое простое блюдо можно сделать лучше, добавив в него соус. Главное — не бояться экспериментировать со вкусами, тогда привычные блюда откроются с самых интересных сторон. Так же и с нововведениями в работе. Нужно быть открытым к новым методикам и идти навстречу технологиям, которые сделают работу удобнее и эффективнее.

## ПРЕВОСХОДСТВО ВО ВСЕМ — ПОВАРСКОЙ КОЛПАК

Хороший повар всегда старается превзойти других в мастерстве. Он пытается превзойти даже самого себя. Он пробует новые рецепты, совершенствует старые, доводя каждое блюдо до совершенства. Так же и с работой - мы должны постоянно развиваться и оттачивать свои навыки, чтобы и дальше радовать наших гостей.



# КАК МЫ ДОНОСИМ ЦЕННОСТИ

## ИНТРАNET КЕЕРНУВ

Большую часть коммуникаций с персоналом мы проводим в формате онлайн. В интранет присутствует отдельный блок справочной информации, где сотрудники могут узнать о наших ценностях и о том, как они проявляются в работе. Посредством интранет мы закрываем большую часть всех коммуникаций, связанных с ценностями.

## СДО ISPRING

Все новички проходят обязательный курс по знакомству с корп. ценностями. Одно из условий для прохождения исп.срока - сдача теста.

## МЕНЕДЖЕРЫ И АМБАССАДОРЫ

Амбассадоры – группа активистов, состоящая из лояльных и вовлечённых сотрудников, являющихся драйверами коммуникаций. Вместе с менеджерами они помогают доносить коммуникации, связанные с ценностями.

## ЭЛЕМЕНТЫ МАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ

Премия за Экстрарезультат, которую мы приурочили к воплощению ценностей в реальных рабочих результатах. Проект Ideabox.

## ТРАНСЛЯЦИЯ ПРАВИЛЬНЫХ МОДЕЛЕЙ ПОВЕДЕНИЯ

Каждый месяц мы устраиваем конкурсы, челленджи, связанные с ценностями. Сотрудники проходят викторины, присылают фото и видео, делают публикации в интранет.

## НАГЛЯДНАЯ АГИТАЦИЯ

В каждом магазине висит постер с нашими ценностями, в главном офисе установлены панно и фотозона

## ИЗМЕРЯЕМ УРОВЕНЬ ЗНАНИЙ

В проводимых пульс-опросах измеряем уровень знаний о ценностях. Анализируем результаты и делаем нашу работу все лучше и лучше