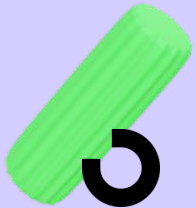




Как сформировать HR-стратегию

Как отрасль и размер компании влияют на HR стратегию



Знакомство



Опыт работы в качестве Head of HR / HRD более 10 лет в отраслях:

- ◆ Retail
- ◆ HoReCa
- ◆ Real estate consulting

Преподаватель программы MBA в City Business School

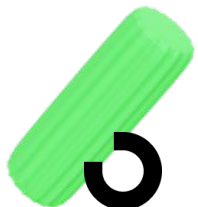
HR консультант в проекте 77experts

Люблю HR за: Динамичность и разнообразие задач и вызовов



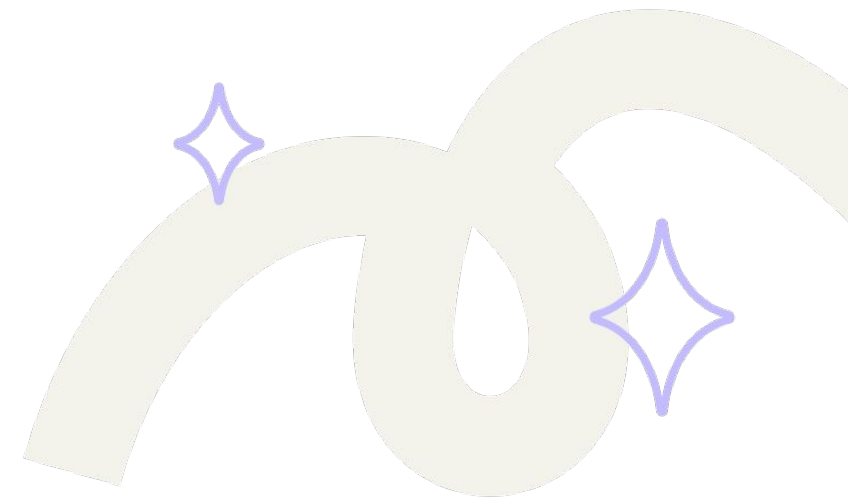
Как сформировать HR-стратегию

Как отрасль и размер компании влияют на HR стратегию



Как отрасль и размер компании влияют на HR стратегию

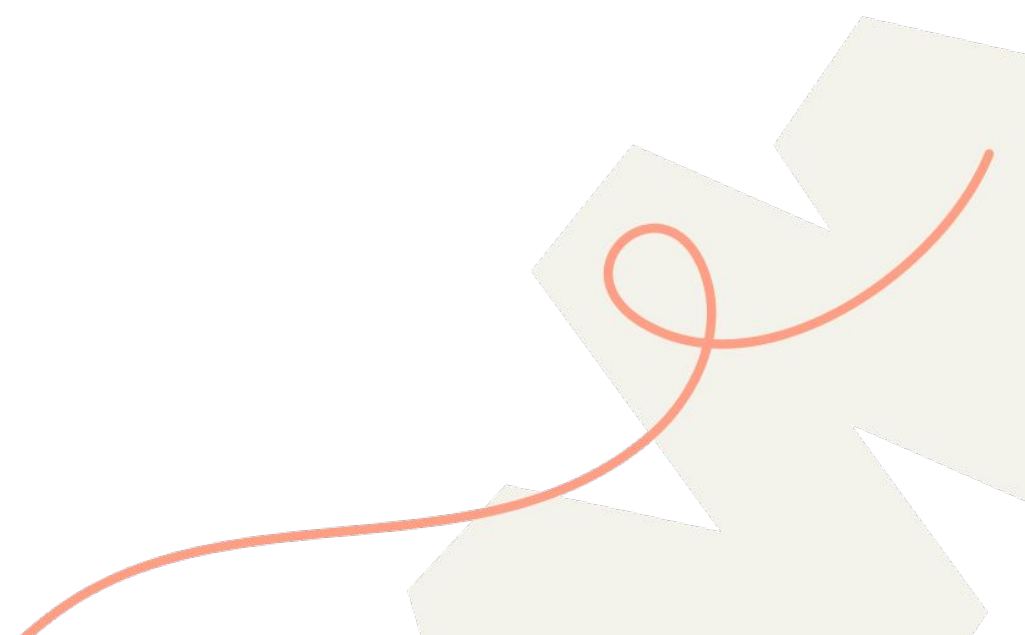
1. Что нужно знать для формирования HR стратегии
2. Отраслевые тренды как драйверы HR стратегии
3. На что влияет масштаб компании



Что нужно знать для формирования HR стратегии?

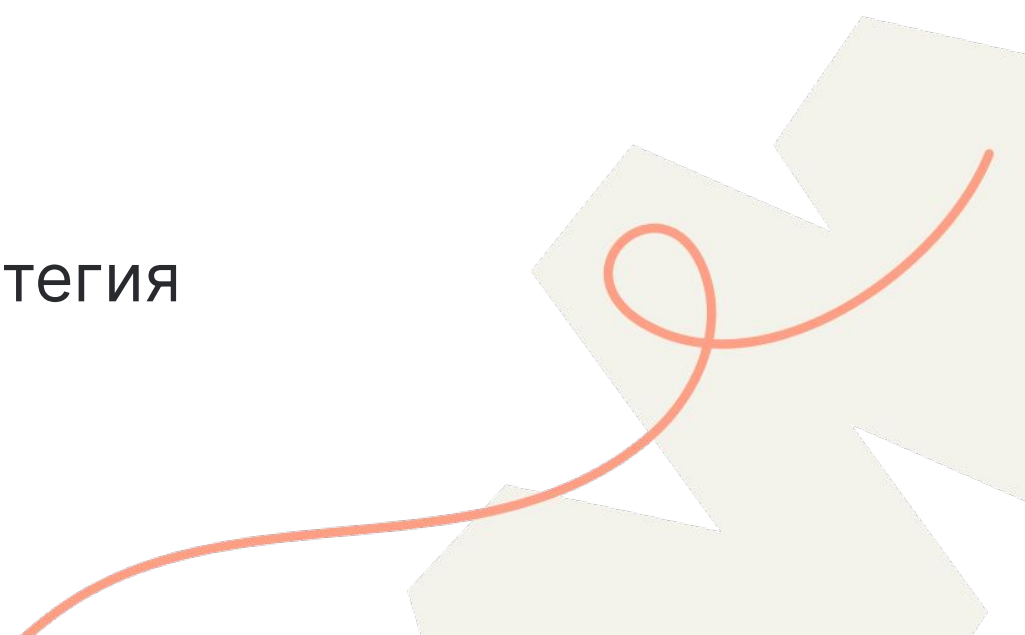
◆ Контекст

◆ Что внутри



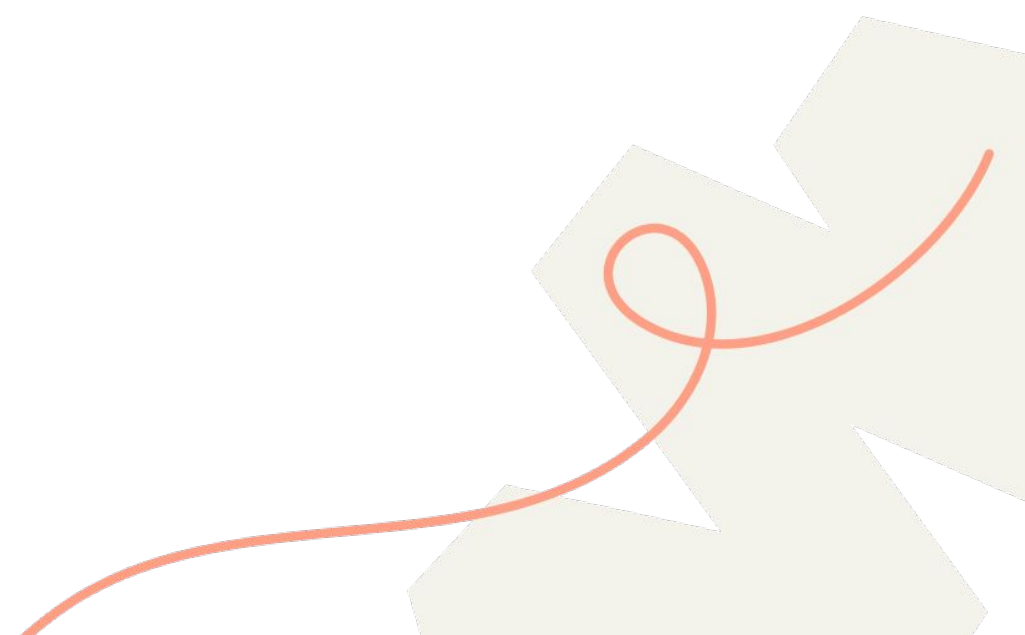
Что нужно знать для формирования HR стратегии?

- ◆ Контекст:
 - ◆ Глобальные тренды
 - ◆ Особенности развития отрасли
 - ◆ Состояние рынка
- ◆ Что внутри:
 - ◆ Миссия
 - ◆ Бизнес стратегия
 - ◆ Ресурсы

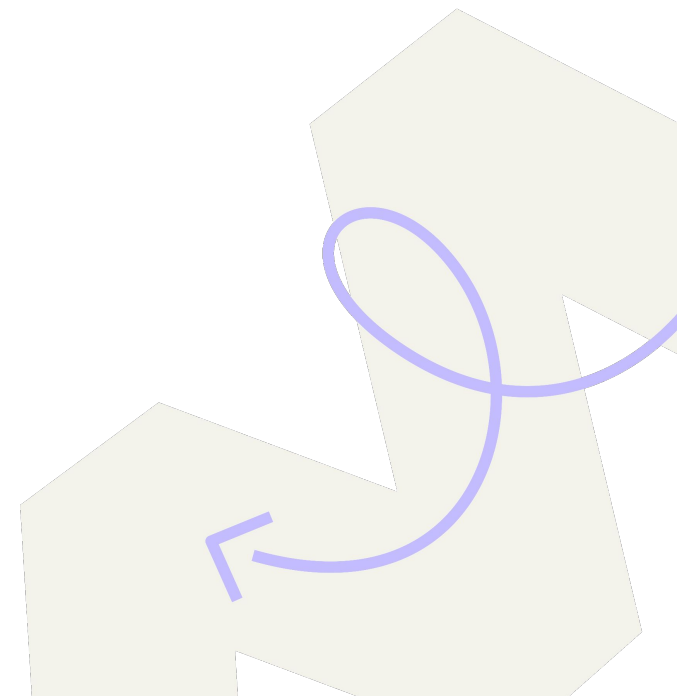


Зачем мы это делаем?

- ◆ Рамка для диалога с бизнесом
- ◆ Оценить приоритеты (риски и возможности)
- ◆ Создаем кроссфункциональные связи



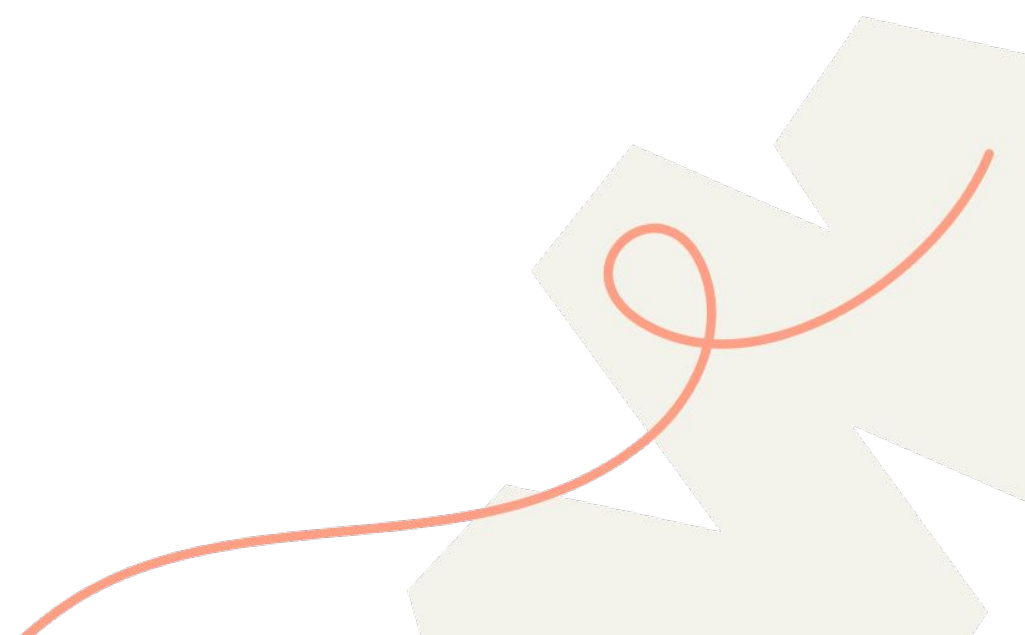
**Подготовка =
80% результата**



Контекст

- ◆ Глобальные тренды
- ◆ Состояние рынка
- ◆ Особенности развития отрасли

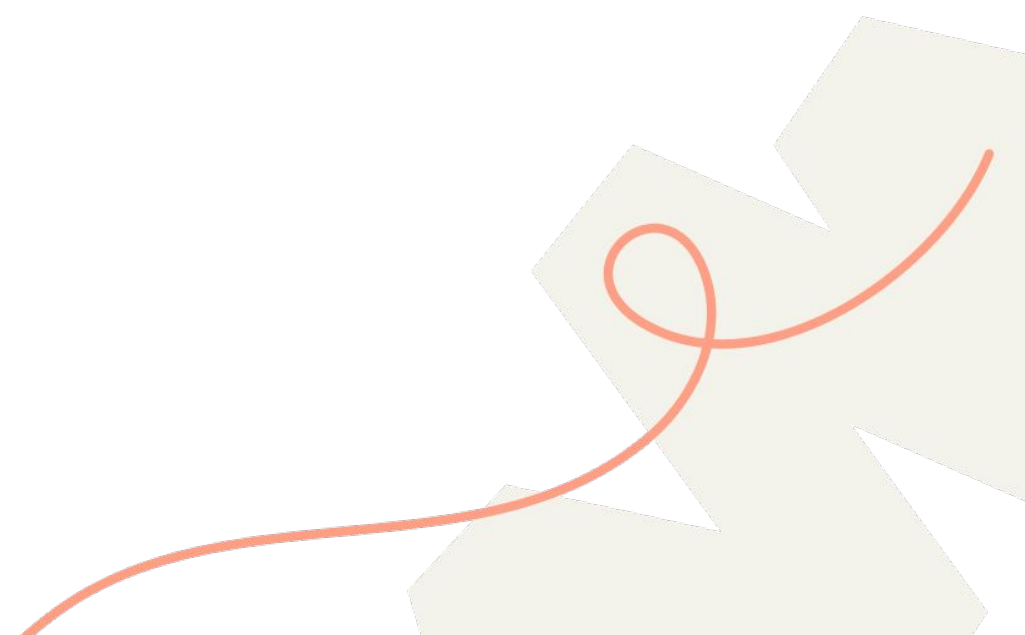
О чем подумать?
Что предпринять?



Контекст

О чем подумать?
Что предпринять?

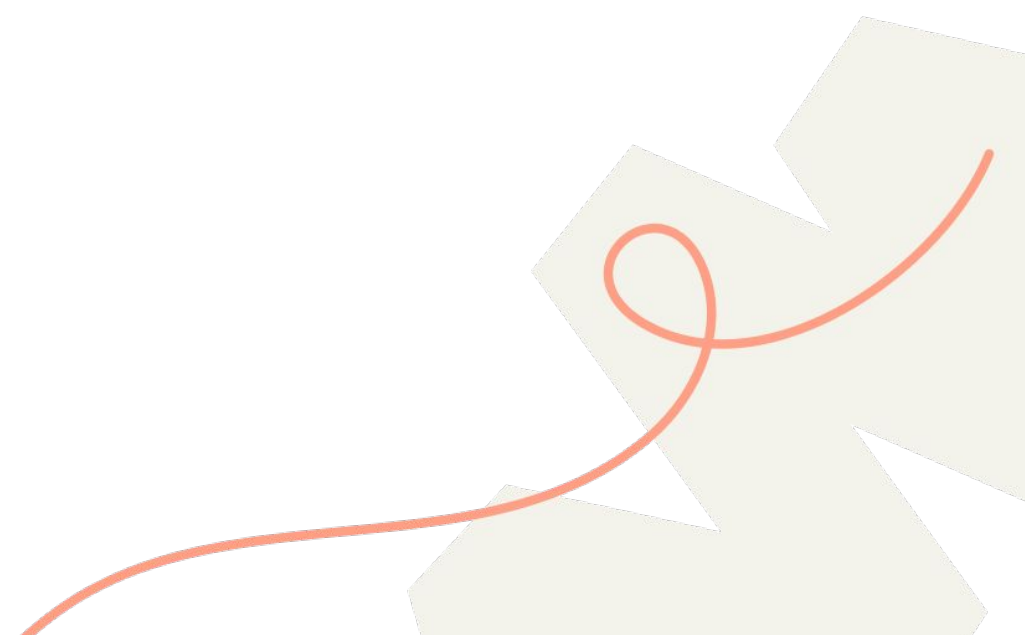
- ◆ Глобальные тренды
 - ◆ AI и технологии
 - ◆ Дефицит людей и компетенций
 - ◆ Гибридные и гибкие форматы
 - ◆ От Баланса к соответствию
 - ◆ Тревожность. Доверие. Смыслы.
 - ◆ ESG и циркулярная экономика
- ◆ Состояние рынка
- ◆ Особенности развития отрасли



Контекст

О чем подумать?
Что предпринять?

- ◆ Глобальные тренды
- ◆ Состояние рынка
 - ◆ Какая динамика у рынка?
 - ◆ Административные/законодательные особенности
 - ◆ Ожидания покупателей?
 - ◆ Что делают конкуренты?
- ◆ Особенности развития отрасли



Контекст

- ◆ Глобальные тренды
- ◆ Состояние рынка
- ◆ Особенности развития отрасли
 - ◆ Сама отрасль – она какая?
 - ◆ Кто «законодатель мод»?
 - ◆ Какие есть ограничения и риски?

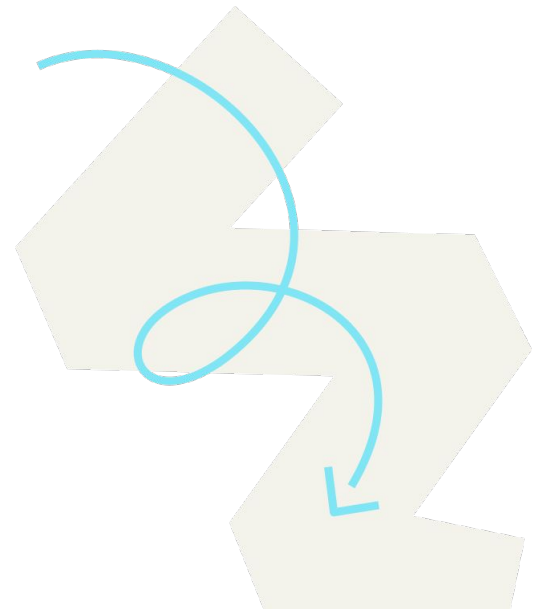
Как можем использовать?
Что нужно учесть?
У кого можем поучиться?



Фреймворк стратегии

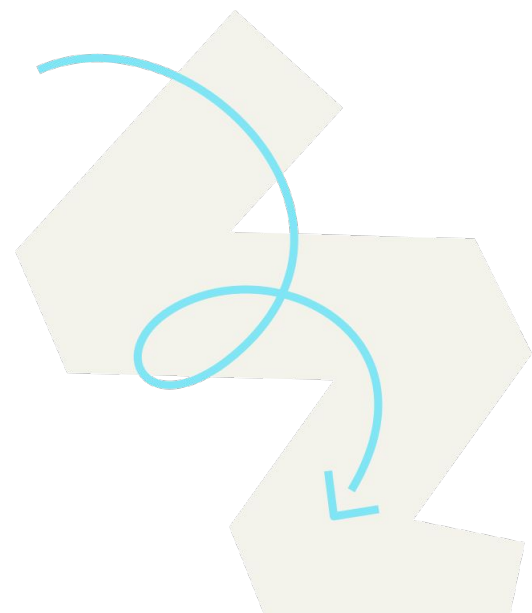
Что внутри организации?

- ◆ Миссия и ценности
- ◆ Бизнес стратегия
- ◆ Ресурсы



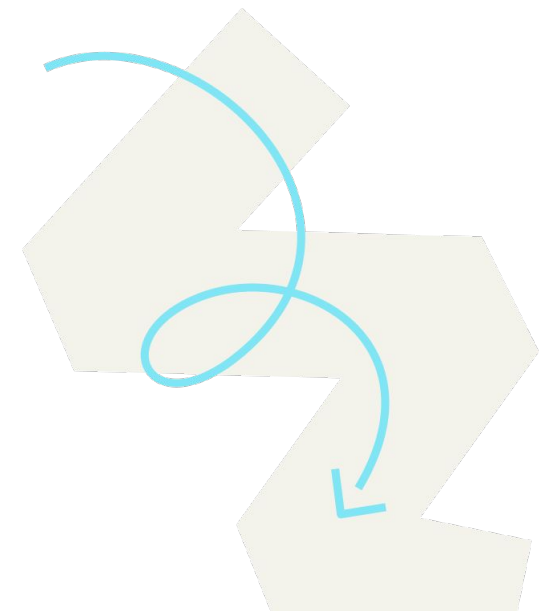
Что внутри

- ◆ Миссия и ценности
 - ◆ Ради чего?
 - ◆ Что для нас важно?
- ◆ Бизнес стратегия
- ◆ Ресурсы



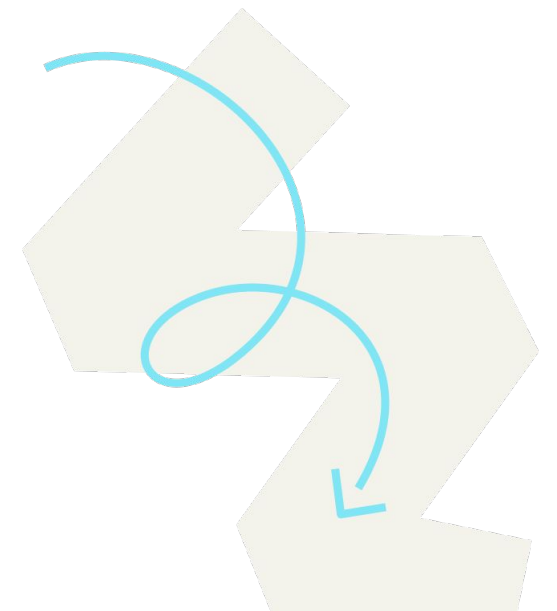
Что внутри

- ◆ Миссия и ценности
- ◆ Бизнес стратегия
 - ◆ Рынки на которых работаем? Будет ли экспансия?
 - ◆ Насколько агрессивна наша стратегия?
 - ◆ В чем основное отличие от конкурентов (Core Value Prop)
 - ◆ Стратегия ценообразования/сегмент
 - ◆ Стратегии в продажах и маркетинге/каналы
 - ◆ Цикл стратегирования / горизонт планирования
- ◆ Ресурсы



Что внутри

- ◆ Миссия и ценности
- ◆ Бизнес стратегия
- ◆ Ресурсы
 - ◆ Бюджеты
 - ◆ Команда
 - ◆ Отношения со стейк-холдерами
 - ◆ Как сейчас/что хотим?



Как автоматизировать получение заявок на вакансии

Тут будет текст



Mission

To seamlessly power the experience, insights and value of information for our fitness brands, so they can focus on their customers, not their technology

Markets

- \$4 B Gym Management Platform
- Highly fragmented with no clear leader
- A lot of migration to SaaS platforms

Marketing

- Focus on rich ROI campaigns with tight client focused value messaging
- A mix of SEO, content marketing, AdWords, influencers, & conferences

Products

- Launching 5.0 with major upgrades to UX, member & revenue mgmt.
- Roadmap focus on AI, integration, & reporting, optimizing cloud infras.

Org Design

- Hiring CFO for \$5 M capital raise
- Combining Ops & Service teams
- 20% hiring focus on dev & test

Vision

- Focus our energy on mid-to-large gyms
- Drive value for the gyms & members
- Expand the sales & marketing funnel
- Create a top team

Customers

- Our target is mid-to-large gyms
- 25% of gyms and 70% sales
- Top needs – UX, member & rev mgmt., reporting, and integration

Sales

- Scaling sales team from 10 to 20
- Creating client-centric sales funnel
- Rolling out new sales content & demos
- 20XX targets – 100 new clients, \$10 M

Services

- Reducing implementation from 3.5 mos to 1 month
- Focused on lean and self-service

Employee Journey

- New onboarding training
- Rolling out performance mgmt.
- Expanding recruiting efforts

Values

- Own Your Path
- Be Real
- Think Big & Simple
- Know thy Customer

Geos

- Keep scaling in US
- Currently expanding in Europe
- Focus on top 10 largest gyms in Asia and South America

Distribution

- Ramping up strategic partnerships with mid-size outsourced IT orgs
- Targeting 20 new partnerships
- Rolling out new partner portal

Pricing

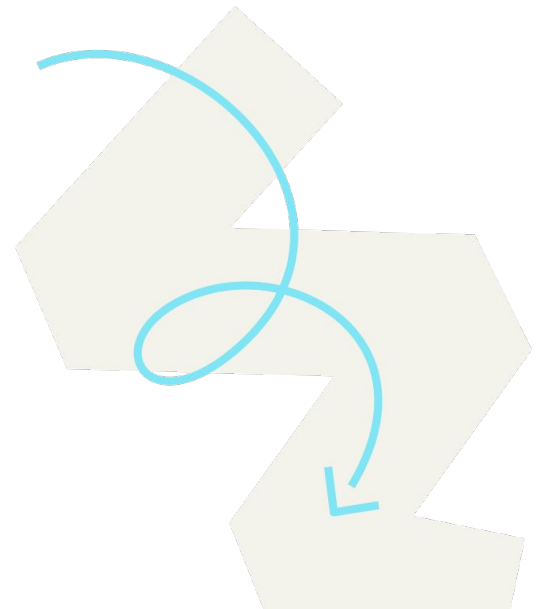
- Moving to 3-tier pricing by EOY
- Testing free trial
- Launched "save" pricing at 25% off

Culture

- Improved benefits & perks
- Embedding values into org
- Best Place to Work 5 years in a row

На что влияет масштаб компании

- ◆ Бюджет и ресурсы
- ◆ Гибкость процессов и скорость изменений
- ◆ Глубина экспертиз
- ◆ Количество кластеров





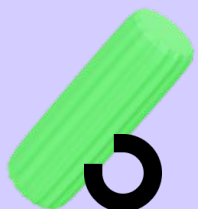
Haem



Татьяна Преображенская

◆ Tatiana.preo@mail.ru





Вопросы



Что нужно знать для формирования HR стратегии?



Отвечает на вопрос цели
“Ради чего”

Задаёт цели
“КТО & ГДЕ”

Основа
“ЧТО”

Усиливает
Value Prop
“КАКОЙ”

Эффективность
Исполнение и внедрение
“КАК”

<https://www.stratechi.com/> by ex-McKinsey consultant