

Стратегическая дорожная карта для Веры

1. Профиль персонажа:

- **Имя:** Вера
- **Возраст:** 45 лет
- **Текущая ситуация:** HR-директор на консервативном производственном "Заводе Прогресс". Заводу остро нужны IT- и инженерные кадры, но консервативная культура и ограниченные бюджеты мешают привлечению.

2. Видение / конечная цель (3-5 лет):

- HR-функция на "Заводе Прогресс" трансформируется в стратегического партнера бизнеса, способного системно привлекать и удерживать высококвалифицированных IT- и инженерных специалистов, необходимых для цифровой трансформации завода, а HR-бренд завода станет узнаваемым и привлекательным в IT-сообществе региона.

3. Ключевые вызовы / проблемы:

- Консервативная корпоративная культура и сопротивление изменениям внутри завода.
- Ограниченные бюджеты на HR и конкурентные зарплаты.
- Непривлекательный HR-бренд завода для IT-специалистов.
- Отсутствие опыта Веры в построении HR-стратегии для IT-сектора.
- Необходимость обосновать инвестиции в HR-трансформацию перед консервативным руководством.

4. SWOT-Анализ:

- **S (Strengths — сильные стороны):** Опыт 20 лет в HR, лояльность к заводу, уважение среди сотрудников, знание специфики производственного сектора, наличие амбициозных молодых сотрудников в HR-отделе.
- **W (Weaknesses — слабые стороны):** Отсутствие опыта в IT-рекрутинге и HR-брендинге для IT, неготовность к радикальным изменениям, недостаток навыков "продажи" HR-инициатив топ-менеджменту.
- **O (Opportunities — возможности):** Острая потребность завода в IT-кадрах (повод для изменений), потенциал для создания уникального предложения (стабильность, масштаб проектов), возможность сотрудничества с местными вузами/колледжами, поддержка со стороны части руководства.
- **T (Threats — угрозы):** Продолжающийся отток молодых специалистов, усиление конкуренции за IT-кадры, риск стагнации завода без модернизации, сопротивление изменениям со стороны "старой гвардии".

5. Ключевые стратегические направления / "что делаем":

1. **Разработка и внедрение целевой HR-стратегии для IT-кадров:** Создание уникального предложения для IT-специалистов, учитывающего специфику завода.
2. **Построение привлекательного HR-бренда завода:** Активное позиционирование завода как современного и перспективного работодателя в IT-сфере.
3. **Постепенная трансформация корпоративной культуры:** Внедрение гибких подходов и современных практик, совместимых с производственной спецификой.
4. **Развитие компетенций HR-команды:** Обучение HR-специалистов работе с IT-рынком и новыми инструментами.

6. "Что НЕ Делаем" (сознательный отказ):

- Не пытаться конкурировать с IT-компаниями только зарплатой.
- Не ждать, пока руководство само осознает всю глубину проблемы; активно инициировать изменения.
- Не пытаться внедрять все изменения сразу; фокусироваться на постепенных, но заметных шагах.
- Не игнорировать сопротивление; работать с ним через объяснение и вовлечение.

7. Ключевые инициативы / первые шаги (на ближайший год):

1. **Провести аудит текущих потребностей в IT-кадрах** и разработать профили идеальных кандидатов.
2. **Создать "пилотный" проект по привлечению IT-специалистов** (например, стажировка для студентов IT-вузов).
3. **Разработать и запустить внутреннюю коммуникационную кампанию** по продвижению ценностей завода и необходимости цифровой трансформации.
4. **Организовать 2-3 встречи Веры с топ-менеджментом** для презентации HR-стратегии и обоснования инвестиций.
5. **Начать обучение HR-команды** основам IT-рекрутинга и HR-брендинга.

8. Метрики успеха (Как понять, что двигаемся в правильном направлении?):

- Увеличение количества откликов от IT-специалистов на вакансии завода на 30%.
- Привлечение 5-7 IT-специалистов в течение года.
- Запуск 1-2 пилотных проектов по изменению корпоративной культуры (например, гибкий график для IT-отдела).
- Положительная обратная связь от руководства по презентации HR-стратегии.