

Аналитика для HR

В настоящий момент ведётся множество разговоров относительно перевоплощения HR-службы в 'бизнес-партнёра', который помогает генерировать прибыль компании. Для достижения этого необходим инструмент, который позволяет показать эффективность работы HR-функции организации, а также помогает принимать решения не исключительно используя 'экспертное мнение'. Данным инструментом являются методы бизнес-анализа.

Цель курса:

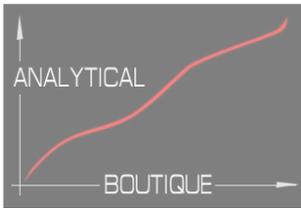
- ✓ Задача 'минимум' – визионерская /сформировать понимание применения методов бизнес-анализа при решении задач HR-сферы/
- ✓ Задача 'максимум' – практическая /научить применять методы бизнес-анализа для решения задач в области HR (Benchmarking, HR-метрики, KPI, ROI, отчётность, исследования, прогнозирование)/

Аудитория курса:

- ✓ HR-директор /с целью научиться понимать процесс анализа и контролировать результаты аналитики, а также использовать их при принятии решений/
- ✓ HR-менеджер /с целью научиться решать бизнес-задачи, используя методы аналитики/

Контент курса:

- ✓ Определение понятий: что следует называть аналитикой и есть ли место её в HR?
- ✓ Задачи HR и взаимосвязь с методами бизнес-анализа
- ✓ HR-практики по использованию аналитики
- ✓ Функциональный блок /Методы бизнес-анализа/
 - 'Данные, которые мы собираем'. HR-отчётность
 - Искусство интерпретаций или 'статистический прожиточный минимум'
 - Методы исследования персонала: фокус-группы, глубинные интервью, опросы, наблюдения. Проведение самостоятельных исследований
 - Методы оценки эффективности
 - Тонкости прогнозирования HR-метрик
 - Сегментация сотрудников: практическая реализация и её менеджмент
 - 'HR-маркетинг'
 - Использование CRM подходов. Lifecycle management employees
 - Построение моделей для достижения целевых HR KPI на примере проекта по удержанию персонала с использованием методов прогнозной аналитики
 - Качественные методы анализа рынка управления персоналом
- ✓ Стратегический блок /Является ли аналитика конкурентным преимуществом компании?/
 - Причины появления направления аналитики в компаниях и в HR-подразделениях
 - Этапы развития аналитики
 - Аналитические задачи в функциональных бизнес-подразделениях и их взаимосвязь
- ✓ Управленческий блок /Развитие аналитики/
 - Аналитические ресурсы: HR-специалист, аналитик, аутсорсинг
 - Построение функции аналитики в компании
 - Развитие аналитической компетенции в компании



analytical-boutique.com
info@analytical-boutique.com
+38 067 555 10 01

Формат обучения:

- ✓ Аудиторные занятия на протяжении двух дней /пятница-суббота/ в открытом формате; также возможен корпоративный формат обучения
- ✓ Реальные примеры/кейсы украинских компаний и кейсы Harvard Business School
- ✓ Персональные консультации с преподавателями

Использование программного обеспечения:

- ✓ Microsoft Excel /с активированным модулем Анализ данных/

Информация об авторе и преподавателе курса:

Константин Пацера консультирует компании по вопросам анализа данных. До перехода в сферу консалтинга работал в компании Киевстар менеджером по моделированию в департаменте бизнес-анализа и маркетингового планирования. Благодаря его работе были разработаны и внедрены модели сегментации и модели удержания клиентов, многочисленные модели cross- и up-selling'a. До этого работал консультантом-аналитиком в компании Interpipe, где занимался операционным и стратегическим прогнозированием. В данный момент - глава компании Analytical Boutique.

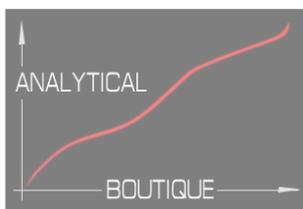
С 2006 по 2012 год преподавал в kmbs [Киево-Могилянской бизнес-школе] курсы Бизнес-анализ /который включал маркетинговые исследования, бизнес-статистику, бизнес-прогнозирование, сегментацию, прогнозную аналитику, оптимизацию, качественные методы анализа/ и CRM. С 2012 года преподаёт в LvBS [Львовской бизнес-школе УКУ] курсы Аналитика для TOP-менеджеров и Аналитика для HR.

Корпоративные клиенты: сеть АЗС ОККО, Киевстар, компания Imperial Tobacco, сеть супермаркетов Класс, сеть аптек Аптека 03, сеть супермаркетов Comfy, компания Промова, Международный Альянс по ВИЧ/СПИД, компания Nemiroff, компания Грей, Сигарный дом Фортуна, Райффайзен Банк Аваль, Укрсиббанк, сеть АЗС Параллель, агентство ZenithOptimedia, МТС, компания British American Tobacco, компания OS-Direct, компания Kraft Foods, компания Bayer, компания TOP-cosmetics, сеть супермаркетов Linella (Молдавия), Платинум Банк, сеть супермаркетов АТБ, Астелит, ГПЛ, Новая почта, Кондитерская корпорация Рошен, Retail Group, Ernst & Young (Россия), МТС (Россия), Северсталь (Россия), ДТЭК, Murka, Abbott, Toyota Ukraine, Первый Украинский Международный Банк, сеть гипермаркетов Эпицентр, AbbVie, Danone, Servier, Укрнафта.

Информация о компании Analytical Boutique:

Основные направления деятельности:

- ✓ **Тренинг для команды:** Аналитическое мышление
- ✓ **Обучение для менеджеров:** Аналитика для TOP-менеджеров, Аналитика для HR, Аналитика продаж, Маркетинговая аналитика, Аналитический CRM
- ✓ **Обучение для аналитиков:** 'Бизнес-анализ. Бизнес-прогнозирование', 'Бизнес-анализ. Сегментация', 'Бизнес-анализ. Построение и менеджмент прогнозных моделей', 'Бизнес-анализ. Планирование и анализ маркетинговых активностей'
- ✓ **Консалтинг:** прогнозирование, аналитика баз данных (сегментация, прогнозные модели), маркетинговые исследования, HR-исследования



analytical-boutique.com
 info@analytical-boutique.com
 +38 067 555 10 01

Аналитика для HR

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ:

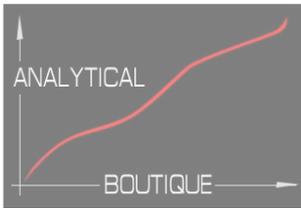
Пацера Константин

kostya.patsera@analytical-boutique.com

+38 067 220 77 16

ПРОГРАММА КУРСА:

<i>День первый</i>	
09.30 – 11.00	<p>Определение понятий: что следует называть аналитикой и есть ли место её в HR?</p> <p>Задачи HR и взаимосвязь с методами бизнес-анализа</p> <p>HR-практики по использованию аналитики</p> <p>'Данные, которые мы собираем'. HR-отчётность</p>
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	<p>Искусство интерпретаций или 'статистический прожиточный минимум'</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Описательные статистики среднего значения, вариации и формы распределения ✓ Понятие выбросов и аномалий ✓ Изучение взаимосвязей
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	<p>Методы исследования персонала: фокус-группы, глубинные интервью, опросы, наблюдения. Проведение самостоятельных исследований</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Рекомендации по проведению исследований ✓ Рекомендации по разработке анкеты
15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Методы оценки эффективности
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>
<i>День второй</i>	
09.30 – 11.00	<p>Тонкости прогнозирования HR-метрик</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Оценка качества прогнозов
11.00 – 11.15	<i>Перерыв</i>
11.15 – 12.45	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Количественные методы прогнозирования. Метод декомпозиции. Оценка сезонности. Оценка тренда ✓ Качественные методы прогнозирования
12.45 – 13.45	<i>Обеденный перерыв</i>
13.45 – 15.15	<p>Сегментация сотрудников: практическая реализация и её менеджмент</p> <p>'HR-маркетинг'</p> <p>Использование CRM подходов. Lifecycle management employees</p> <p>Построение моделей для достижения целевых HR KPI на примере проекта по удержанию персонала с использованием методов прогнозной аналитики</p>



analytical-boutique.com
info@analytical-boutique.com
+38 067 555 10 01

15.15 – 15.30	<i>Перерыв</i>
15.30 – 17.00	Качественные методы анализа рынка управления персоналом Причины появления направления аналитики в компаниях и в HR-подразделениях Этапы развития аналитики Аналитические задачи в функциональных бизнес-подразделениях: маркетинг, продажи, финансы, логистика, IT, HR и их взаимосвязь Аналитические ресурсы: HR-специалист, аналитик, аутсорсинг Построение функции аналитики в компании Управление бизнес-подразделением аналитики Развитие аналитической компетенции в компании
17.00 – 17.30	<i>Индивидуальные задания/консультации</i>