



команда роста на аутсорсе
для системного улучшения ключевых метрик

Чек-лист по созданию сильного EVP (Employee Value Proposition) с примерами

Пошаговый гайд по разработке уникального ценностного предложения работодателя

Введение в EVP: Что это и почему важно?

EVP (Employee Value Proposition) — это уникальное ценностное предложение работодателя, которое четко и убедительно отвечает на вопрос кандидата: «Почему я должен работать именно у вас, а не у конкурентов?». Это ядро вашего HR-бренда, определяющее, почему сотрудники выбирают вашу компанию, остаются в ней и рекомендуют другим.

Сильное EVP помогает привлекать «своих» кандидатов, которые близки по ценностям и репутации, снижает зависимость от платных каналов привлечения и повышает лояльность текущих сотрудников. По данным Scribd, EVP коммуницирует, почему кандидат должен работать в компании, выделяя преимущества, такие как компенсация, карьерный рост, рабочая среда и культура (Scribd).

Ключевые компоненты EVP

Вознаграждение	Конкурентная зарплата, бонусы, премии, опционы, социальный пакет (ДМС, фитнес, питание).
Развитие и карьера	Возможности для обучения, повышения квалификации, карьерного роста, наставничество, участие в интересных проектах.
Культура и среда	Ценности компании, атмосфера в коллективе, стиль управления, признание заслуг, корпоративные мероприятия.
Баланс работы и жизни	Гибкий график, удаленная работа, отпуска, оплачиваемые больничные, поддержка семьи.
Руководство и миссия	Лидерство, вдохновляющая миссия, социальная ответственность, влияние на продукт/рынок.

Этапы разработки EVP: Шаг 1 – Аудит текущего состояния

- Проведите внутренние опросы сотрудников
Используйте анонимные анкеты для сбора честной обратной связи о плюсах и минусах работы в компании.
- Организуйте интервью с ключевыми сотрудниками
Поговорите с лучшими специалистами и лидерами мнений, чтобы понять, что их мотивирует оставаться в компании.
- Анализируйте данные exit-интервью

Изучите причины увольнений, чтобы выявить системные проблемы и слабые стороны вашего предложения.

Соберите фокус-группы

Обсудите с группами сотрудников разных отделов и уровней, что они ценят в компании и чего им не хватает.

Проанализируйте отзывы на внешних платформах

Изучите, что говорят о вашей компании на Glassdoor, HeadHunter, профессиональных форумах и в социальных сетях.

Чек-лист вопросов для сотрудников (Аудит EVP)

Что вам больше всего нравится в работе в нашей компании?

Помогает выявить уникальные преимущества.

Что вам не нравится или что бы вы хотели изменить?

Определяет болевые точки и области для улучшения.

Почему вы остались работать именно у нас, а не ушли к конкурентам?

Выявляет ключевые факторы удержания.

Какие три слова лучше всего описывают нашу корпоративную культуру?

Помогает понять восприятие культуры.

Какие возможности для развития и роста вы видите в компании?

Оценивает привлекательность карьерных перспектив.

Чувствуете ли вы, что ваш вклад ценят и признают?

Оценивает систему признания и вознаграждения.

Насколько хорошо компания поддерживает баланс между работой и личной жизнью?

Оценивает гибкость и поддержку сотрудников.

Этапы разработки EVP: Шаг 2 – Анализ конкурентов

Конкурент	Ключевое EVP (что предлагают)	Наши отличия/преимущества
Компания А	Инновации, быстрый рост, высокая зарплата	Более гибкий график, сильная социальная ответственность, уникальная корпоративная культура
Компания В	Стабильность, социальный пакет, обучение	Более интересные и сложные проекты, возможности для удаленной работы, горизонтальный рост
Компания С	Удаленная работа, свобода в принятии решений	Более сильное наставничество, четкие карьерные пути, командная работа над глобальными задачами

Этапы разработки EVP: Шаг 3 – Формулирование EVP

Ядро EVP

Что делает вашу компанию уникальной? Какова ее миссия и видение? (Например, 'Мы создаем будущее технологий, предоставляя свободу и поддержку для реализации самых смелых идей').

Культура

Как выглядит ваша идеальная рабочая среда? (Например, 'Культура открытости и доверия, где каждый голос имеет значение, а ошибки — это уроки').

Вознаграждение	Какие материальные и нематериальные выгоды вы предлагаете? (Например, 'Конкурентная зарплата, премии за результат и расширенный соцпакет, включая оплату обучения и фитнеса').
Развитие	Какие возможности для роста есть у сотрудников? (Например, 'Индивидуальные планы развития, доступ к лучшим курсам, менторство от экспертов и быстрый карьерный рост').
Баланс работы/жизни	Как компания поддерживает гармонию между профессиональной и личной жизнью? (Например, 'Гибкий график, возможность удаленной работы и поддержка инициатив по здоровому образу жизни').
Руководство	Какой стиль лидерства преобладает? (Например, 'Лидеры, которые вдохновляют, поддерживают и доверяют, создавая условия для самостоятельности и инноваций').

Этапы разработки EVP: Шаг 4 – Тестирование и адаптация EVP

Проведите внутреннее тестирование

Представьте сформулированное EVP группе текущих сотрудников и соберите обратную связь: насколько оно соответствует реальности и вызывает ли отклик.

Протестируйте на целевой аудитории

Покажите EVP потенциальным кандидатам (например, через фокус-группы или опросы) и оцените их реакцию и понимание.

Скорректируйте EVP на основе обратной связи

Внесите необходимые изменения, чтобы сделать EVP более точным, привлекательным и соответствующим действительности.

Регулярно пересматривайте и обновляйте EVP

Рынок труда и ожидания сотрудников меняются. Проводите полный аудит и пересмотр стратегии не реже одного раза в год (Biz-Anatomy.ru).

Примеры успешных EVP

Google	«Создавайте будущее. Будьте собой.» (Build for everyone. Be yourself.) – Акцент на инновациях, влиянии на мир и инклюзивности. Google предлагает не просто работу, а возможность влиять на глобальные процессы и быть частью сообщества, где ценят индивидуальность.
Netflix	«Свобода и ответственность.» (Freedom & Responsibility.) – Подчеркивает высокую степень автономии сотрудников и их ответственность за результат. Это привлекает самомотивированных профессионалов, готовых к вызовам и самостоятельной работе.
Starbucks	«Вдохновлять и развивать человеческий дух — одного человека, одну чашку, одно сообщество за раз.» (To inspire and nurture the human spirit – one person, one cup and one neighborhood at a time.) – Фокус на миссии, влиянии на общество и развитии сотрудников (называемых «партнерами»). Это привлекает тех, кто ищет работу со смыслом и чувством причастности.

Deloitte	«Создавайте свой собственный путь.» (Make your impact.) – Акцент на возможностях для индивидуального развития, карьерного роста и влияния на бизнес клиентов. Deloitte привлекает амбициозных профессионалов, стремящихся к постоянному обучению и значимым проектам (Scribd).
BMW	«Превратите свою страсть в успех.» (Turn your passion into success.) – Ориентация на людей, увлеченных автомобильной индустрией и инновациями, предлагая им платформу для реализации своих идей и карьерного роста (Scribd).

Примеры формулировок для разных аспектов EVP

Гибкость	«Мы верим в результаты, а не в часы. Работайте там, где вам комфортно, и тогда, когда вы наиболее продуктивны.»
Инновации	«Будьте частью команды, которая не боится экспериментировать и менять мир. Ваши идеи — наше будущее.»
Социальная ответственность	«Присоединяйтесь к компании, которая заботится о планете и обществе. Ваша работа будет иметь реальное значение.»
Развитие	«Мы инвестируем в ваш рост. Получите доступ к лучшим обучающим программам, менторам и проектам, которые расширят ваши горизонты.»
Команда	«Работать с нами — значит быть частью поддерживающего сообщества, где ценится взаимопомощь, открытость и искреннее общение.»

Внедрение и коммуникация EVP: Каналы продвижения

Карьерная страница на сайте компании

Это витрина вашего HR-бренда. Оптимизируйте ее: расскажите о культуре, покажите фото команды, опубликуйте видео о жизни в офисе и сделайте процесс отклика максимально простым.

Социальные сети (LinkedIn, TenChat, Instagram)

Регулярно публикуйте контент о жизни компании, успехах сотрудников, проектах и ценностях. Используйте TenChat для развития профессиональных сообществ (TenChat).

Внутренние коммуникации

Рассказывайте сотрудникам о миссии, ценностях и достижениях компании, чтобы они стали амбассадорами вашего EVP.

Профессиональные мероприятия и конференции

Выступайте в качестве экспертов, организуйте стенды, проводите мастер-классы, например, кейс-чемпионаты для студентов и молодых специалистов.

PR и СМИ

Публикуйте кейсы и экспертные статьи на отраслевых ресурсах (Хабр Карьера, РБК Pro) и в деловых изданиях.

Рекламные кампании

Используйте таргетированную рекламу в соцсетях и на job-сайтах для продвижения ключевых сообщений EVP.

Реферальный рекрутинг

Поощряйте сотрудников рекомендовать кандидатов. Это один из самых эффективных каналов привлечения, дающий экономию ресурсов и высокое качество найма.

Чек-лист для оценки эффективности коммуникации EVP

Насколько хорошо кандидаты понимают наше EVP?

Оцените через опросы кандидатов и анализ их вопросов на собеседованиях.

Соответствует ли наше EVP реальности?

Сравните с обратной связью от новых и текущих сотрудников.

Привлекает ли EVP нужных кандидатов?

Анализируйте качество откликов и соответствие кандидатов профилю.

Увеличилась ли узнаваемость HR-бренда?

Отслеживайте упоминания компании в СМИ и соцсетях, количество подписчиков.

Снизилась ли стоимость найма и время закрытия вакансий?

Анализируйте метрики рекрутинга (HR-аналитика).

Повысилась ли лояльность и удержание сотрудников?

Оценивайте текучесть кадров и результаты внутренних опросов вовлеченности.

Превращает ли EVP отказанных кандидатов в амбассадоров бренда?

Оцените кандидатский опыт (Candidate Experience) – компании с проработанным кандидатским опытом получают на 20-30% больше качественных откликов.

Больше интересного в нашем блоге



развивайте бизнес-мышление с нашими исследованиями

Получить пользу

