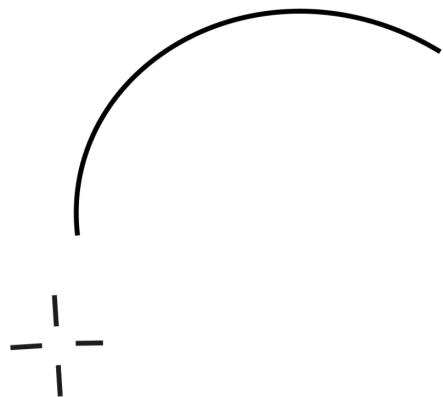
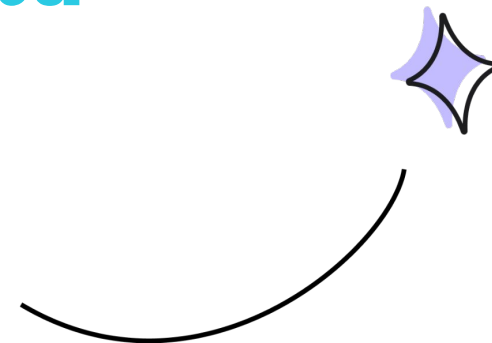
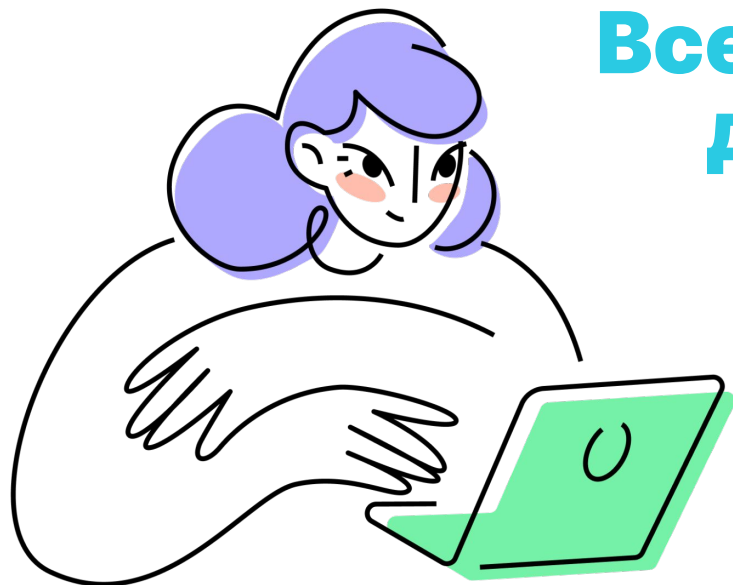




Прямой эфир с Русланом Сарваровым,  
Head of Talent Acquisition at QIC  
и со-автором Talent Insiders

# Как спрогнозировать бюджет на наем

Все про метрики подбора  
для HR и рекрутеров



**Ruslan Sarvarov**

Head of Talents



- Talent Director, путешествую, 18+ стран
- Сейчас 🇶🇦 QIC Digital Hub, ex-Evrone, ex-Skipp.dev
- Управлял командами до 15 рекрутеров
- Бюджетами до 100.000\$ на найм IT и digital

Our best insurance product



qic.online

Full Time • Remote



Open vacancies in QD app



<b>IC1</b> Trainee	<b>M8</b> QA Teamlead
<b>IC6</b> Senior QA Engineer II	<b>AQ7</b> QAA Engineer

# Agenda

1. Важность бюджета и метрик
2. Основные шаги для прогнозирования
3. CPH, ROI, Time to fill – считаем по бенчмарку
4. Принятие решений на основе данных
5. Использование AI для оптимизации
6. Вопросы?

# Важность бюджета и метрик

“Компании из списка Fortune 500, включая Cisco, Google и Deloitte, успешно улучшили свой процесс найма и уменьшили вероятность ошибок, используя аналитику в рекрутинге. Согласно опросу на LinkedIn, **только 23% специалистов по подбору персонала не отслеживают метрики** и не планируют свой бюджет на найм”

“Неверное управление финансами или отсутствие стратегии бюджета в целом может быть **причиной закрытия около 29% стартапов**. В эту категорию могут входить проблемы с распределением бюджета на найм и рекрутинг”

# Основные шаги для прогнозирования

1. Анализ исторических данных в компании
2. Выбор будущей системы для автоматизации
3. Согласование ключевой стратегии найма
4. Решить:
  - работаем ли с агентствами
  - платим ли за рекомендации

# CPH, ROI, Time to hire

$$\text{Cost per hire} = \frac{\text{Total recruitment cost}}{\text{Total number of hires}} = \frac{\text{Total internal cost} + \text{Total external cost}}{\text{Total number of hires}}$$

# CPH, ROI, Time to hire

$$\text{Cost per hire} = \frac{\text{Total recruitment cost}}{\text{Total number of hires}} = \frac{\text{Total internal cost} + \text{Total external cost}}{\text{Total number of hires}}$$



Lead funnel	April	May	June
HR 🧑 Int	53	59	63
<b>Tech</b> 🛠 Int	23	29	28
<b>Team</b> 👤 Int	6	8	7
Offer	6	15	<b>7</b>
<b>Offer Accepted</b>	<b>6</b>	<b>13</b>	<b>6</b>
<b>Avg time for close position (Days)</b>	<b>29</b>	<b>24</b>	<b>34</b>
<b>Costs 💰 per Accepted Offer</b>			
Ads <a href="#">HH.ru</a>	\$150,00	\$150,00	\$150,00
Ads Telegram	\$170,00	\$85,00	\$103,00
Costs for <b>Tech</b> 🛠 int	\$805,00	\$1 015,00	\$980,00
Costs for <b>Team</b> 👤 int	\$600,00	\$800,00	\$700,00
Costs per Accepted Offers	\$6 725,00	\$10 050,00	\$9 933,00
<b>Costs per 1 Accepted Offer</b>	<b>\$1 120,83</b>	<b>\$773,08</b>	<b>\$1 655,50</b>

Avg. CPH = 1200\$



# ROI

Нет затрат на агентство = экономия

Экономия = прибыль / доход

Затраты = бюджет на наем

$$\text{ROI} = \frac{\text{Доход} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \times 100\%$$

# ROI

$$\text{ROI} = \frac{\text{Доход} - \text{Затраты}}{\text{Затраты}} \times 100\%$$

Нанято 42 кандидата за 6 месяцев

Затраты на инхаус рекрутинг 50.000\$ (CPH 1200\$)

Средняя зарплата 3000\$ кандидата

Агентству мы бы заплатили 252.000\$

$$\text{ROI} = (252 - 50) / 50 = \mathbf{400\%}$$

# Time to fill – planning

## Срок закрытия вакансии

Time-to-hire vs. Time-to-fill

TALENTLYFT

	Time-to-hire	Time-to-fill
Question:	Once you have candidates for a job opening, how many days does it take to hire someone?	How long is your whole recruitment process, from creating a new job opening to hiring someone?
Starting point:	First candidate applied	Job opening published
Info about:	Selection process	Whole hiring process
Purpose:	Efficiency	Planning
Length:	Shorter	Longer

# Time to fill

**QIC Digital Hub = 31 days**

\*benchmark tech & media 44 days

<https://www.linkedin.com/pulse/time-fill-vs-hire-everything-you-need-know-recruiting-metric/>

# Принятие решение на основе данных

Кейс: Закрыть 100 вакансий за год

KPI рекрутера продукт 5-6 вакансий

KPI рекрутера аутсорс 2-3 вакансии

$100 / 5 * 11 = 1,81$  рекрутер = 2 рекрутера

**Какой %OAR и нужно ли подключать рефы и агентства?**

# Принятие решение на основе данных

## MOST FREQUENTLY USED RECRUITING METRICS

1. Time to fill
2. Time to hire
3. Source of hire
4. First-year attrition
5. Quality of hire
6. Hiring manager satisfaction
7. Candidate job satisfaction
8. Applicants per opening
9. Selection ratio
10. Cost per hire
11. Candidate experience
12. Offer acceptance rate
13. % of open positions
14. Application completion rate
15. Recruitment funnel effectiveness
16. Sourcing channel effectiveness
17. Sourcing channel cost
18. Cost of getting to OPL
19. Time to getting to OPL
20. Adverse impact
21. Recruiter performance metrics

# Использование AI

## <https://tldv.io/>

### Danila and Qatar Insurance Company

PRO Russian 03/10/2023

By Tags By Topic By Time

- Знакомство и описание департамента
- Стратегия привлечения кандидатов
- Внутреннее комьюнити и мотивация сотрудников
- Структура команды

Обсуждение разделения команды на стримы и задачи, связанные с брендингом и развитием спикеров.

Разделение команды на стримы и задачи

+ Add timestamped note

Share with your organization Copy team link

Video Transcript

будет 60 лет. Наш департамент конкретно он больше про всякие, что продукт  
сервисы про мобильные приложения, которые помогают по сути сделать более  
удобный сервис для покупки для обращения страховую для резидентов жите.  
этих стран, то есть сервисы онлайн страхованием связывает автострахование  
Travel страхование. Сейчас недвижку еще пойдём Может Ну короче, вот это

Back to current time

1x 00:35 / 57:48 Create a clip

# Использование AI ChatGPT4



ad.xlsx  
Spreadsheet



какие данные ты считаешь важными для планирования работы рекрутинга на следующие месяцы



Для планирования работы рекрутинга на следующие месяцы, важно учитывать следующие данные:

1. **Прогнозируемое количество вакансий:** Сколько позиций компания планирует открыть в ближайшие месяцы? Это позволит понять объем работы и необходимые ресурсы.
2. **Текущий статус вакансий:** Сколько вакансий открыто на текущий момент, сколько закрыто, и как быстро в среднем закрываются позиции.
3. **Источники кандидатов:** Откуда приходят кандидаты (сайты по трудоустройству, рекомендации, социальные сети и т. д.) и какой источник оказывается наиболее эффективным.
4. **Время на закрытие вакансий:** Среднее время от момента открытия вакансии до момента найма кандидата.
5. **Бюджет:** Сколько средств планируется потратить на рекрутинг (на рекламу вакансий, агентства по трудоустройству и т. д.).

Теперь давайте заглянем в предоставленный вами файл и узнаем, какие данные он содержит, и как их можно использовать для планирования работы рекрутинга.

Finished working

Show work

Похоже, ваш файл содержит данные по воронке рекрутинга (Lead funnel) для различных этапов отбора кандидатов по месяцам. Вот что мы видим:

1. **New Lead:** Количество новых кандидатов, поступивших на рассмотрение.
2. **HR Int:** Количество кандидатов, прошедших интервью с HR.
3. **Tech Int:** Количество кандидатов, прошедших техническое интервью.
4. **Team Int:** Количество кандидатов, прошедших командное интервью.

Кроме этого, есть столбцы для каждого месяца, а также итоговые столбцы, показывающие сумму, среднее значение и темп роста.

Давайте анализировать:

1. **Тренды по месяцам:** Понимание, как меняется количество кандидатов и успешность прохождения этапов отбора по месяцам.
2. **Эффективность этапов:** Определение, на каких этапах отсеиваются кандидаты наибольший и возможные причины.

Для начала давайте проанализируем тренды по месяцам.

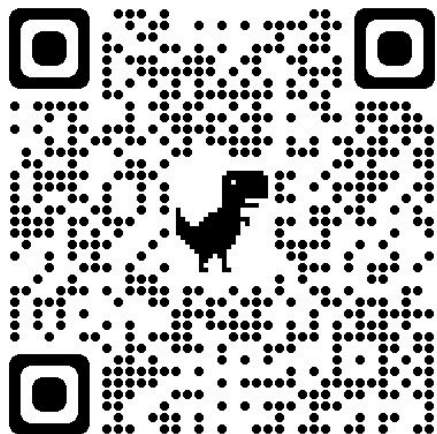
Working...

Show work



# На будущее

Что делать, если не умеешь анализировать



ТИНЬКОФФ    
VISA МИР

Карьерная и бизнес  
консультация

\* Используйте код **SR30** для  
скидки 30%

К оплате  
5 000 ₽

Электронная почта \*

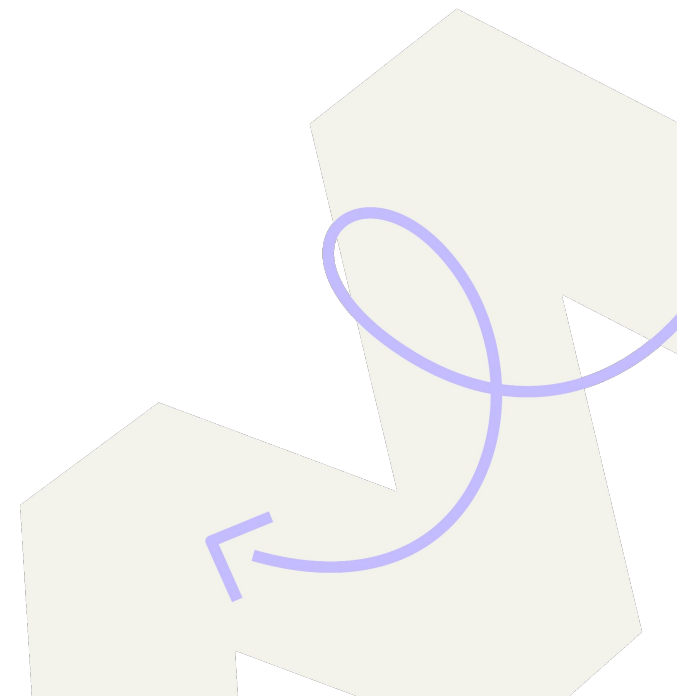
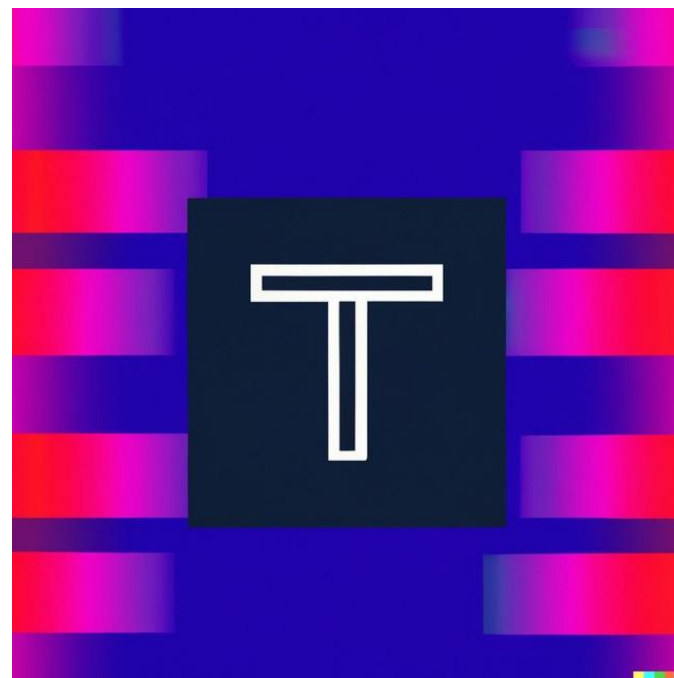
Промокод

Оплатить

# Подписаться

Читать, чтобы знать инсайты в рекрутинге

<https://t.me/TalentInsiders>





# Вопросы

