

**Проценко А. К.**  
аспірант,  
Київський національний економічний  
університет імені Вадима Гетьмана  
Київ, Україна  
ProAndru@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-0281-0993

## КАДРОВА ЛІДОГЕНЕРАЦІЯ ЯК НОВИЙ ВИД РЕКРУТИНГУ

**Proshchenko Andriy**  
postgraduate,  
Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman  
Ukraine, Kyiv  
ProAndru@gmail.com  
ORCID: 0000-0002-0281-0993

## PERSONNEL LEAD GENERATION AS A NEW TYPE OF RECRUITING

**Анотація.** Метою дослідження є розробка алгоритму закриття вакансій з використанням лідогенерації як нового виду рекрутингу. І статті визначено зміст та основні переваги кадрової лідогенерації. У статті сформовано конверсійна воронка рекрутингу персоналу. Кадрова лідогенерація — це метод рекрутингу, який передбачає пошук і залучення потенційних кандидатів на вакансії в компанії з конкретною контактною інформацією. У кадровій лідогенерації лідери — це потенційні кандидати, які виявляють інтерес до вакансії та заповнюють анкету (надсилають відповіді).

У статті запропоновано алгоритм закриття вакансій за допомогою лідогенерації. Перевагою наведеного в статті алгоритму закриття вакансій за допомогою лідогенерації є можливість ведення бази претендентів, що дозволить швидко відібрати кандидатів на різні посади та здешевити процес відбору. У запропонованому алгоритмі доступні й інші цифрові інструменти: аудіо- та відеоінтерв'ю, чати та голосові боти, контекстний аналіз тощо.

Автором виділено найбільш ефективні методи залучення потенційних співробітників в Інтернеті: сайт-візитка (сторінки призначені для залучення потенційних співробітників, оснащені інтерактивною веб-формою, призначеною для збору контактної інформації); обмін джерел лідів (на даний момент джерелами лідів є: професійні видання та сайти вакансій, соціальні мережі, тематичні сайти тощо); e-mail маркетинг (приваблює потенційних співробітників заголовком або цікавою темою, тобто спонукає їх до дії та відвідування сайту роботодавця); Response Flow (настроюваний HR-лід-генератор, сервіс відбору кандидатів в компанію).

У статті виділено показники для оцінки ефективності маркетингової кампанії з формування кадрової лідогенерації. Щоб більш детально проаналізувати ефективність HR-кампанії, рекомендується прорахувати вартість не тільки залучених, але й цільових, запрошених на співбесіду та найнятих.

Завдяки сучасним сервісам процес підбору персоналу став простішим, швидшим та ефективнішим. Але використання цифрових інструментів вимагає значних фінансових інвестицій в організацію, а рекрутери також повинні бути цифрово компетентними.

**Ключові слова:** рекрутинг, HR-менеджмент, лід, лідогенерація, кадрова лідогенерація.

**Annotation.** The purpose of the study is to develop an algorithm for closing vacancies using lead generation as a new type of recruiting.

The content and main advantages of personnel lead generation are determined. Personnel lead generation is a recruiting method that involves finding and attracting potential candidates for vacancies in a company with specific contact information.

The conversion funnel of personnel recruiting has been formed. In personnel lead generation, leads are potential candidates who show interest in a vacancy and fill out a questionnaire (send answers).

An algorithm for closing vacancies using lead generation is proposed. The advantage of the algorithm for closing vacancies using lead generation given in the article is the possibility of maintaining an applicant database. This will make it possible to quickly select candidates for various positions and reduce the cost of the selection process. Other digital tools are also available within the proposed algorithm: audio and video interviews, chat and voice bots, contextual analysis of works, etc.

The most effective methods of attracting potential employees on the Internet are highlighted: business card site (landing pages are designed to attract potential employees, equipped with an interactive web form designed to collect the visitor's contact information); deception of lead sources (currently, the sources of leads are: professional publications and job sites, social networks, thematic sites, etc.); e-mail marketing (attracts potential employees with a headline or an interesting topic, that is, encourages them to take action and visit the employer's website); Response Flow (customizable HR lead generator, service for selecting candidates in the company).

Indicators for evaluating the effectiveness of the personnel lead generation marketing campaign are highlighted. In order to analyze the effectiveness of the HR campaign in more detail, it is recommended to calculate the cost of not only those involved, but also those targeted, invited to an interview and hired.

Thanks to modern services, the recruitment process has become simpler, faster and more efficient. But the use of digital tools requires a significant financial investment in the organization, and recruiters must also be digitally competent.

**Keywords:** recruiting, HR management, lead, lead generation, personnel lead generation

JEL: J24

**Вступ.** Пошук і залучення нових співробітників є невід'ємною і необхідною частиною будь-якої організаційної діяльності. У будь-якій компанії найбільшою цінністю є саме людський ресурс. Розглядаючи управління персоналом в парадигмі управління людськими ресурсами з системних позицій, прийнято розділяти роботу на три напрями: формування, використання та розвиток людських ресурсів. Сьогодні велика увага приділяється, в першу чергу, залученню компетентних спеціалістів, які повністю відповідають вимогам посади, тобто оснащені необхідними знаннями та навичками та гармонійно вписуються в психологічну атмосферу вже сформованого колективу.

Методи пошуку та відбору персоналу, які працювали кілька років тому, зараз не такі ефективні, як очікувалося. Причин тому багато: демографія, важкий ринок праці, зміна мотивації молодих спеціалістів тощо. Швидко закрити вакансії та знайти потрібних кандидатів — мрія будь-якого рекрутера. Для цього потрібно розбиратися не тільки в традиційних методах підбору персоналу, а й у сучасних.

Забезпечення підприємств і організацій кадрами необхідної кількості та відповідної якості є запорукою успіху не лише кадрової служби, а й фінансово-господарської та комерційної діяльності суб'єктів господарювання. Тому функція «відбір, підбір і працевлаштування людей в організації» є особливо важливою в цьому контексті. Реалізація цієї функції передбачає спеціальні прийоми, включаючи відбір людей на вакантні чи новостворені робочі місця, відбір найбільш підходящих

кандидатів для організації та укладення з ними договірних відносин у формі трудових договорів.

**Постановка завдання.** Метою дослідження виступає розробка алгоритму закриття вакансій за допомогою лідогенерації як нового виду рекрутингу.

**Результати (викладення основного змісту).** Суть оцифрування в діяльності HR-менеджера полягає в тому, щоб перемістити інформацію в більш доступне цифрове середовище, де її легше проаналізувати, а потім отримати точне рішення офлайн. Якщо раніше технології в сфері управління персоналом використовувалися здебільшого для автоматизації ведення кадрового діловодства та нарахування заробітної плати за допомогою спеціального програмного забезпечення, то наразі цифрові технології використовуються майже на кожному етапі системи управління персоналом.

Сьогодні відділи кадрів активно експериментують із цифровими інструментами, але лише одна третина компаній може оцінити вплив використання технологій «Індустрії 4.0» і точно порахувати фінансові вигоди, на які вони можуть розраховувати, витрачаючи величезні бюджети на інновації в сфері управління персоналом. Використання платформ, ботів і чат-ботів вимагає спеціальних знань і навичок. Потрібно точно знати, як налаштувати конкретні інструменти для конкретних потреб бізнесу. Зараз на ринку так багато рішень, і потрібен час і бажання, щоб їх дослідити та впровадити в діяльність компанії, а менеджери з найму часто взагалі не мають такого. Крім того, хороший HR-менеджер має не тільки орієнтуватися на ринку праці, але й знати, які там фахівці, яка в них середня зарплата, де і як знайти таланти. Як бачимо, рекрутерам сьогодні доводиться виконувати багато складних завдань. Серед іншого, HR-менеджерам потрібно постійно стежити за роботою платформи, оптимізувати застарілі технології, підлаштовувати процес пошуку людей під потреби бізнесу, стежити за появою більш сучасних інструментів для кращого виконання завдань клієнтів тощо.

Зараз особливо популярним стає новий вид рекрутингу — лідогенерація. Термін «лідогенерація» походить зі сфери маркетингового менеджменту й є процесом формування та залучення інтересу до послуг або продуктів організації для збільшення продажів. Лідогенерація — це різновид інтернет-маркетингу, що заснована на генерації (тобто придбанні) потенційних клієнтів (тобто контактів з потенційними клієнтами). Лідогенерація є різновидом лід-менеджменту, суть якого полягає у виявленні потенційних клієнтів, які виявили інтерес до продукту. Потенційні покупці, ключові клієнти, шукають в Інтернеті те, що їм потрібно, не виходячи з дому. Вони відповідають на рекламу та стежать за списками розсилки. Правильна маркетингова стратегія може допомогти перетворити потенційних клієнтів на реальних покупців, а в майбутньому — на постійних клієнтів. Залучення потенційних клієнтів має багато переваг перед іншими маркетинговими методами та тактиками: швидкий старт (отримання заявок та дзвінків у стислі терміни); використання рекламного бюджету є дуже ефективним через те, що є зрілі потенційні клієнти; швидка продуктивність, оскільки зазвичай у перший місяць наявна статистика та всі показники для аналізу та висновків, після чого можна продовжувати збільшувати кількість потенційних клієнтів. Лідогенерація може мати форму заповнення анкети на веб-сайті організації, надісланого запиту на зворотний дзвінок тощо. У лідогенерації формується певна воронка конверсії: відвідувач — лід — цільовий лід — клієнт [1, с. 32].

Кадрова лідогенерація — це метод рекрутингу, який передбачає пошук і залучення потенційних кандидатів на вакансії в компанії з конкретною контактною інформацією. У кадровій лідогенерації ліді — це потенційні кандидати, які виявляють інтерес до вакансії та заповнюють анкету (надсилають відповіді). У кадровій лідогенерації подібним чином формується конверсійна воронка — воронка рекрутингу, як показано на діаграмі нижче (рис. 1).

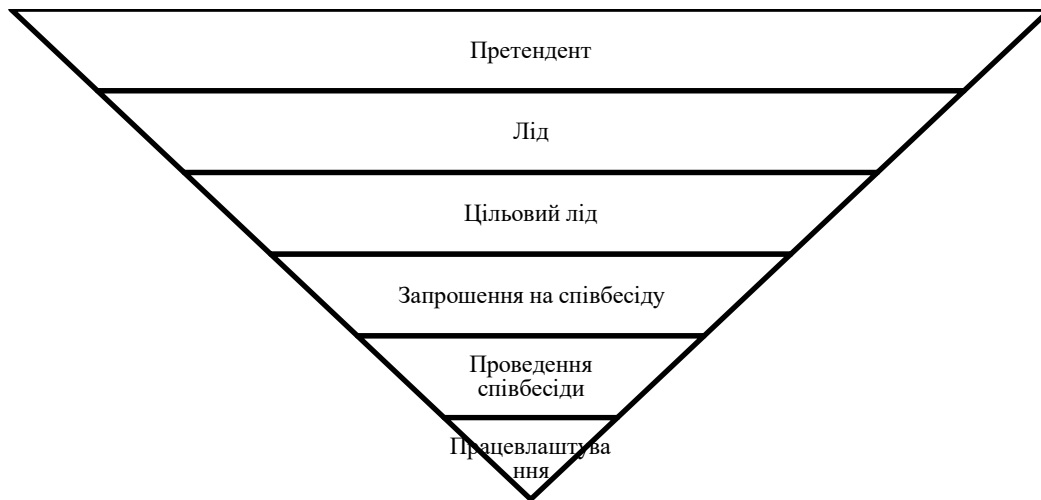


Рис. 1. Конверсійна воронка кадрової лідогенерації

За допомогою наведеної на рис. 1 конверсійної воронки кадрової лідогенерації розробимо алгоритм закриття вакансій за допомогою лідогенерації (рис. 2).

Найефективнішими способами залучення потенційних співробітників в мережі Інтернет є такі.

1. *Сайт-візитка (цільову сторінку)*. Основним інструментом для створення потенційних клієнтів є цільова сторінка. Цільові сторінки призначені для залучення потенційних співробітників, оснащені інтерактивною веб-формою (Lead Form), призначеною для збору контактної інформації відвідувача. Зазвичай на цільовій сторінці міститься основна інформація про вакансію: обов'язки, вимоги та умови, контактний телефон відділу кадрів, а також невелика анкета, за якою кандидат надсилає відповідь на цікаву для нього вакансію. Посилання на цільову сторінку розміщуються в оголошеннях про роботу з різних джерел, часто під виглядом кнопок «Відповісти», «Надіслати відповідь» тощо.

2. *Пошук джерел лідів*. На сьогодні джерелами лідів є професійні видання та сайти вакансій (Robota.ua [2], Work.ua [3], Jooble [4] тощо), соціальні мережі (Facebook, LinkedIn тощо), тематичні сайти тощо. Наявність соціальних медіа, які зараз стрімко розвиваються, особливо ефективна серед молоді, і це просто реалізувати: потрібно створити групу у відомій соціальній мережі, розмістити рекламу та попросити клієнтів покинути відгук про вас.

3. *E-mail маркетинг* також приваблює потенційних співробітників заголовком або цікавою темою, тобто спонукає їх вжити заходів і відвідати веб-сайт роботодавця.

4. *Response Flow* [5] — настроюваний HR-лід-генератор, сервіс для відбору кандидатів у компанії. У сегменті масового рекрутингу він забезпечує постійний потік відповідних шукачів роботи на вакансії. Сервіс створює бібліотеку резюме з різних джерел за допомогою своїх алгоритмів, забезпечуючи ширше охоплення, ніж класичні варіанти найму.

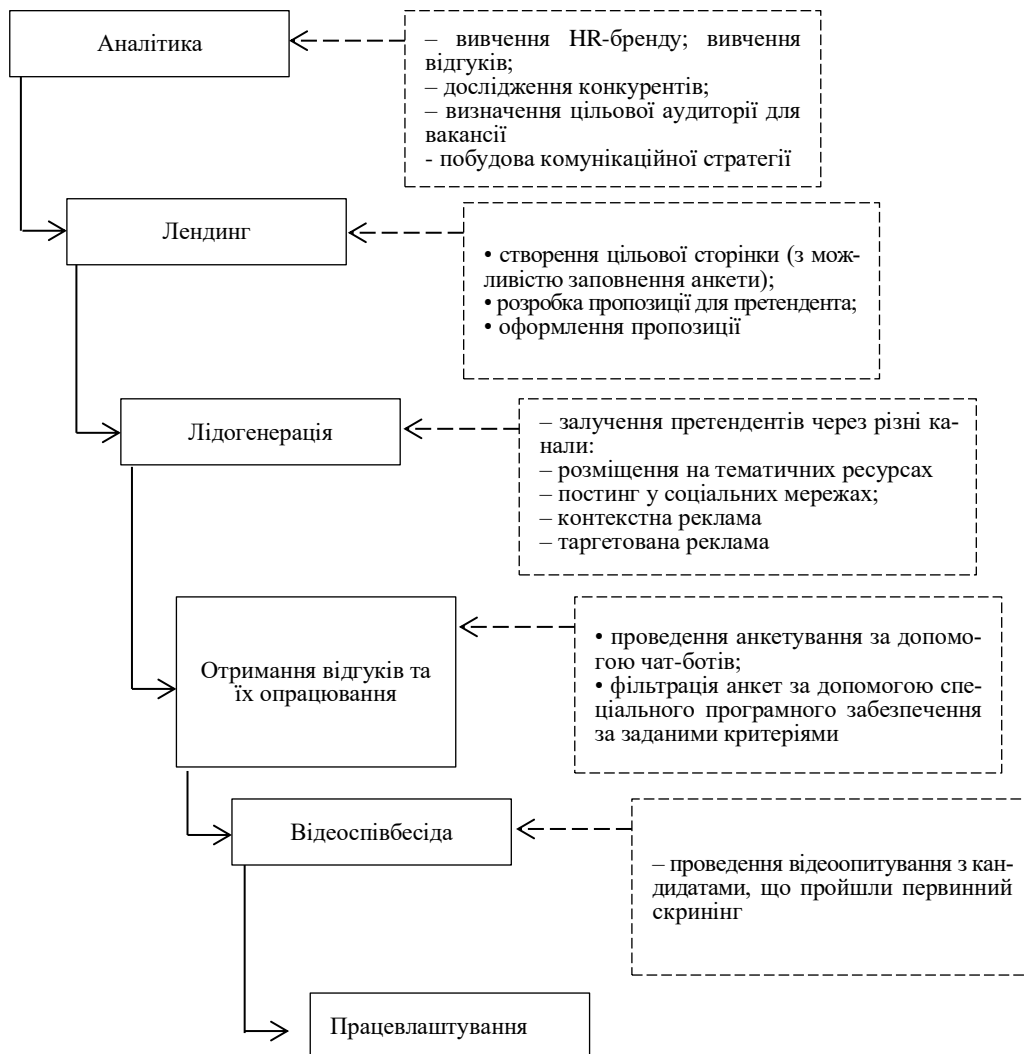


Рис. 2. Алгоритм закриття вакансій за допомогою лідогенерації

Наступним сервісом, активно використовується у рекрутингу є чат-боти (з їх допомогою в даному алгоритмі відбувається анкетування потенційних співробітників). Програмна взаємодія — це не пряма взаємодія роботодавця та претендента. Чат-боти допомагають роботодавцям підбирати правильних кандидатів, обробляти надану ними інформацію та повідомляти заявникам про свої рішення на основі отриманих відповідей.

Крім того, бот може виконувати адміністративні завдання, такі як створення профілів кандидатів, планування зустрічей і ведення списків претендентів. Основними перевагами використання чат-ботів у процесі підбору персоналу є скорочення часу початкового відбору кандидатів, підвищення об'єктивності їх оцінки та полегшення взаємодії між роботодавцями та кандидатами. Також необхідно враховувати, що ефективність використання чат-ботів значною мірою залежить від якості розроблених HR-скриптів діалогу з претендентами та чітких критеріїв їх оцінки. Далі відділ кадрів проводить відбір відповідних кандидатів. Така система дозволяє швидко аналізувати тисячі резюме, оцінювати кваліфікацію претендентів, задавати питання для співбесіди, проводити співбесіди.

Ще одна можливість, доступна нинішньому поколінню HR, — це відеоспівбесіда. Можна ставитися до них по-різному, але переваги цього інструменту очевидні — економія часу, при цьому можливість «побачити один одного в одязі», тобто об'єктивно оцінити, які кандидати дійсно відповідають інтересам і іміджу компанії ще до особистої зустрічі. Послуги відеоінтерв'ю — це онлайн-інтерв'ю, які проводяться у зручний для заявника спосіб.

Сервіс відеоінтерв'ю дозволяє запросити на первинну співбесіду кандидатів, які вже пройшли відбір за їхніми анкетами. Відеоінтерв'ю проводиться на основі настроюваних сценаріїв часу та вибраних питань. Рекрутери переглядають записи таких співбесід і приймають рішення про подальшу взаємодію з кандидатами. Проведення відеоспівбесід дозволяє значно скоротити часові витрати та створити комфортні умови співбесіди як для рекрутерів, так і для шукачів. Дистанційний відбір кандидатів особливо бажаний і актуальний при роботі з регіонами.

Оскільки лід (аплікант) може натиснути на посилання і не відповісти, важливо враховувати це при оцінці ефективності маркетингової кампанії кадрової лідогенерації. Вартість кліка (через посилання на цільову сторінку) і вартість отримання ліду враховуються при визначенні ефективності кампаній і програм HR-лідів.

Вартість кліка можна розрахувати за такою формулою:

$$\text{Cost per Click} = \frac{\text{Вартість маркетингової кампанії}}{\text{Кількість кліків}}$$

Вартість лідів визначається відношенням вартості маркетингової програми до кількості лідів, отриманих на різних рівнях. Розрахунок цього показника можна виразити у вигляді формули:

Вартість одного потенційного клієнта = вартість маркетингової кампанії / кількість отриманих потенційних клієнтів.

$$\text{Cost per Lead} = \frac{\text{Вартість маркетингової кампанії}}{\text{Кількість отриманих потенційних співробітників}}$$

Як правило, організації, які використовують формування лідів у сфері управління персоналом як частину своєї HR-стратегії, запитують у потенційних кандидатів контактну інформацію, резюме, кар'єрні інтереси тощо. Щоб більш детально проаналізувати ефективність HR-кампанії, рекомендується розрахувати

вартість не тільки залучених, але й цільових, запрошених на співбесіду та найнятих. Крім того, при оцінці ефективності генерації кадрових лідів важливо врахувати їх якість. Існує багато способів оцінити якість потенційного клієнта, але експерти виділяють три основні методи, засновані на таких критеріях, як інтерес до вакансії, відповідність ідеальним портретам кандидата тощо.

Лідогенерація персоналу має багато властивостей, які, власне, й є її сильними сторонами. По-перше, це грамотне агрегування трафіку. Це означає, що веб-майстри забезпечують банерний і пошуковий трафік, а також трафік з тематичних сайтів. Не варто заперечувати, що цільовий трафік клієнта є важливим, адже саме він дозволяє організації знаходити своїх кандидатів, використовуючи всі можливості мережі. Наступною важливою функцією є керування та налаштування кампаній із залучення потенційних клієнтів. Однією зі складових є постійний моніторинг якості генерованого трафіку, гнучке коригування маркетингових планів, автоматична обробка результатів онлайн. Звичайно, дуже цінним моментом для будь-якого роботодавця є конвертація вхідного трафіку в справжніх вакантних кандидатів, а потім у працевлаштованих.

**Висновки.** Отже, у сфері кадрового забезпечення з використанням сучасних інформаційно-комунікаційних технологій спостерігається висока тенденція до вдосконалення сфери управління персоналом. За допомогою цих технологій організації оптимізують свою здатність залучати, тестувати, навчати, розвивати та утримувати людей, тим самим ефективніше впроваджуючи управління людьми. Кадрова лідогенерація — це ефективний метод підбору персоналу зі своїми перевагами, що відповідає потребам сучасного ринку праці. Лідогенерація у сфері управління персоналом стає все більш популярною, оскільки вона дозволяє організаціям: встановлювати рівень заробітної плати на індивідуальній основі; вибирати вакансії, які потрібно охопити; вибирати географічні райони, які цікавлять організацію; встановлювати більш жорсткі демографічні критерії потенційних співробітників; контролювати кількість потенційних кандидатів, які організація хоче отримувати щомісяця, планувати бюджет, платити лише за результати. Такий підхід до найму надає організаціям необхідну кількість потенційних кандидатів для задоволення потреб у робочій силі, зберігаючи при цьому довгострокові перспективи. Підводячи підсумок, варто відзначити, що HR-лідогенерація — це нова послуга на вітчизняному ринку, тому вона буде тільки набирати популярність.

Перевагою наведеного в статті алгоритму закриття вакансій за допомогою лідогенерації є можливість ведення бази даних заявника. Це дозволить швидко підбирати кандидатів на різні посади та здешевити процес відбору. У рамках запропонованого алгоритму також доступні інші цифрові інструменти: аудіо- та відеоінтерв'ю, чат і голосові боти, контекстний аналіз робіт тощо.

Завдяки сучасним послугам процес підбору персоналу став простішим, швидшим та ефективнішим. Але використання цифрових інструментів вимагає значних фінансових інвестицій в організацію, а рекрутери також повинні бути цифровими компетентними.

### **Література**

1. Ляхов Є. О. Процес лідогенерації в сучасному маркетингу. *Сучасні питання економіки і права*. 2017. № 1–2. С. 31–35.

2. Robota.ua. URL: <https://rabota.ua/>
3. Work.ua. URL: <https://www.work.ua/>
4. Jooble. URL: <https://de.jooble.org/>
5. Response Flow. URL: <https://www.respondflow.com/>

### **References**

1. Lyakhov Y. O. (2017). Protses lidoheneratsiyi v suchasnomu marketynhu. Suchasni pytannya ekonomiky i prava (Modern issues of economics and law). № 1–2. P. 31–35. [in Ukrainian]
2. Robota.ua. Retrieved from. URL: <https://rabota.ua/>
3. Work.ua. Retrieved from. URL: <https://www.work.ua/>
4. Jooble. Retrieved from. URL: <https://de.jooble.org/>
5. Response Flow. Retrieved from. URL: <https://www.respondflow.com/>