

Рекрутинг в AIESEC

Организатор проекта
Студент 31 группы ФЭУП
Красношапка Виктор

План

- Цель проекта
- Необходимые ресурсы
- План реализации проекта
- Показатели эффективности
- Партнеры проекта
- SWOT анализ

Цель проекта

- Основной целью проекта является набрать как можно большее количество заинтересованных студентов в организацию.
- Качественная реализация проекта даст организации человеческие ресурсы, которые нужны для реализации других проектов.

Необходимые ресурсы

- Человеческие - для создания команды (4 чел.)
- Денежные – для пополнения счета (200 грн.)
- Место проведения
- Еда и напитки для перерывов
- Аппаратура
- Бумага и карандаши
- Листовки

План реализации проекта

	Год	2016									
		Месяц	Март				Апрель				Май
			Неделя	1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Первый этап										
	Знакомство с командой										
	Ознакомление с планом реализации проекта										
	Утверждение текста объявлений										
	Классшауты										
	Размещение постов в соцсетях										
	Согласование презентаций с администрацией										
	Проведение презентаций в университетах										
	Обработка анкет и внесение их в базу данных										
	Обзвон участников и приглашение на X-день										
	Проведение X-дней (каждые выходные)										
	Проведение собеседований										
2.	Второй этап										
	Поиск спонсоров мероприятия										
	Поиск помещения										
	Ведение группы для участников										
	Приглашение спикеров										
	Мобилизация сил для проведения мероприятия										
	Подготовка помещения										
	Проведение мероприятия										
	Компенсация затрат из бюджета организации										

Показатели эффективности

- Количество набранных.

Данный показатель позволяет оценить насколько продуктивно команда работала в сфере маркетинга. Чем больше людей знало о наборе – тем больше смогло попасть в организацию.

Результат:

Более 550 человек узнало об организации

220 – подало заявку

100 – проведено интервью

25 – принято в организацию

- Качество набранных.

То есть готовность людей работать в организации. Длительность их пребывания в организации. Разделение ценностей организации. Желание развиваться. Данный показатель позволяет оценить насколько эффективно были проведены интервью с кандидатами.

Результат: из 25 принятых 18 до сих пор в организации и большинство реализуют свои собственные проекты.

Партнеры проекта

- ОНУ им.Мечникова – предоставление места.
- Impact Hub Odessa – предоставление аппаратуры и места.
- Форнетти – предоставление еды.
- Red Bull - предоставление напитков.
- Offsetic – распечатка листовок и блокнотов.

SWOT анализ

S - сильные стороны

- Международный статус организации
- Опыт реализации проектов
- Слаженная команда и работа
- Большое количество партнеров

W – слабые стороны

- Плотный график членов команды
- Проживание членов команды в разных частях города
- Поздний старт фазы подготовки мероприятия

O – возможности

- Большая целевая аудитория
- Возможность посоветоваться и попросить помощи у более опытных участников организации
- Большая база данных

T – угрозы

- Пассивность целевой аудитории
- Угроза срыва мероприятия из-за позднего начала подготовки



Спасибо за внимание!