

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!