



## HR-КВЕСТ

Как сделать сотрудников адвокатами бренда

- **авторы:** Дарья Кабицкая,  
Михаил Воронин,  
Наталья Тихонова

Эта книга попала нам в руки, благодаря рекомендации Игоря Чернядзева, директора известного бренда в Челябинске – Центра недвижимости «Форум». Наша компания особо ценит работу с этим клиентом за те задачи, которые он перед нами ставит: на развитие, с опережением привычных уже техник и шагов. Искренне благодарю лично Игоря за вдохновение, возможность развиваться вместе с ним и его удивительной командой.

«HR-квест» – бизнес-роман. Для современной деловой литературы жанр нестандартный. С одной стороны, это легкое художественное произведение с лихо закрученным сюжетом и характерными персонажами, с другой, источник практических решений по построению корпоративной культуры и формированию бренда компании.

Итак, по сюжету директор крупнейшей в Москве сети бытовой техники с незатейливым названием «Электромир», Алексей Громов, неожиданно сталкивается с печальной реальностью: его многолетний бизнес идет ко дну. Основной поставщик не готов продлевать с сетью контракт на будущий год, так как лично столкнулся с пренебрежением к его продукту со стороны консультантов. Сотрудники компании ведут подрывную деятельность. А главное нет продаж, потому что клиенты уходят без товара и обозленными, а в интернете у компании уже сформирована плохая репутация.

И чтобы спасти свой бизнес, необходимо действовать быстро и решительно. Молодой и перспективной сотруднице HR-отдела, Ирине Куликовой, было поручено разработать в кратчайшие сроки стратегию по соз-

данию «лучшей в мире» компании. Ей не понадобилось много времени, чтобы прийти к простой истине: лояльность клиентов могут сформировать только лояльные компании сотрудники, готовые не только качественно продавать, но и продвигать в целом бренд. Но вот как создать такую команду?

Идеи и принципы книги реалистичны и легко адаптируются к внутренней культуре разных компаний. При этом герои совершают управленческие ошибки, которые, скорей всего, сделали бы многие из нас, так что мы еще и получаем своеобразную прививку от лишних финансовых и моральных трат.

В книге основное внимание уделено event-технологиям как одной из составляющих формирования корпоративной культуры. Оно и понятно, авторы книги сами являются основателями event-агентства «Подъежики».

И пусть вас не смущает sentimentalность, мелодраматизм и элементы «женского романа». Все это добавляет эмоций и помогает включиться в основную идею книги. Эмоциональное убедительно.

### Info:



#### КУЗНЕЦОВА ТАТЬЯНА

заместитель директора компании «ServiceUp.TK» и редактор журнала «Территория клиента»