

# EMPLOYER BRANDING (MUNKÁLTATÓI MÁRKAÉPÍTÉS)



## JAVASOLT IDŐKERET: 2-3 NAP

Munkáltatói márkával minden szervezet rendelkezik. Ez határozza meg, hogy a munkáltató a munkavállalóit, szakembereit meg tudja -e, illetve hogyan tudja megszerezni, és hogyan, meddig tudja megtartani. Ha egy vállalat a brandjét tudatosan építi, akkor az nem csak egy-egy időszakra szól, kampányszerűen, hanem folyamatosan és mindenre kiterjedően azon kell dolgoznia, hogy a munkavállalói elégedettek legyenek. Ez a folyamat nem addig tart, hogy az állásra jelentkezőkben pozitív benyomást váltson ki, hanem, hogy munkavállalóit képes legyen megtartani hosszú távon, pozitív munkakörülményeket teremtve a számukra. Hogy mitől is lesz „jó” egy szervezetnél dolgozni? Hogy milyen komplex feladatról is van szó, amelyben szerepe van a társadalmi felelősségvállalásnak, egységes kommunikációnak, a hr és marketing együttműködésének, a céges arculat kialakításának, a szervezeti vízióknak, misszióknak és értékeknek, stb? Erre adja meg a választ a tréning gyakorlati példákkal és némi elméleti kitekintéssel.

## ➤ ➤ ➤ MIKOR LEHET HASZNOS A TRÉNING?

Ha nem foglalkoztak még tudatosan a munkáltatói márkaépítéssel. Ha úgy érzik nehezen találják meg a megfelelő szakembereket az adott pozíciókra vagy a munkavállalókat nem tudják megtartani, nagy a fluktuáció. Ha nem ismerik, hogy milyen értékek fontosak a jelenlegi dolgozók számára, vagy a szervezetnek nincsen egységes, mindenki számára jól ismert víziója, missziója. Ha nincsen működő motivációs rendszere a szervezetnek. Ha nem rendelkeznek piackutatási eszközökkel, hogy mérni tudják a célcsoportjuk elégedettségét, igényeit, vagy versenytársaik márkaígéreteit.

## ➤ ➤ ➤ A TRÉNING VÁRHATÓ EREDMÉNYE:

A résztvevők rendelkezni fognak megfelelő piackutatási eszközökkel és mérhető módszerekkel, így tudatosan fognak bele a munkáltatói márkaépítés folyamatába. Képesek lesznek összehangolni az adott területek vezetőit, amely fontos a tudatos és egységes kommunikáció szempontjából. Megismerik a munkavállalói értékeket és képesek lesznek összehangolni a munkáltatói értékekkel. Ösztönző, jutalmazó és motivációs rendszereket lesznek képesek kidolgozni. Mindezek hozzájárulnak, hogy a szervezeten kívül is, belül is vonzó kép alakul ki a munkaszervezetről, amely később könnyebb toborzást és kisebb fluktuációt eredményez.

## ➤ ➤ ➤ A TRÉNING TARTALMA

- Munkáltatói márka stratégiaalkotásának folyamata.
- Hogyan építsünk sikeres brandet?
- Piackutatási eszközök és módszerek megismerése a cég jelenlegi megítélésére, a célcsoportok munkahelyválasztási szokásaira, versenytársелеmzés.
- Munkavállalói értékek, identitás „VS” szervezeti értékek, identitás.
- Employer branding kihívásai.
- Munkáltatói márka építés megtérülésének mérése.

JÓT ÉS JOBBAN!