

Employer Branding

Strategiczne budowanie wizerunku firmy jako pracodawcy



Celem szkolenia jest pokazania uczestnikom sposobów diagnozowania aktualnego oraz budowania pożądanego wizerunku firmy jako pracodawcy. Szkolenie prowadzone jest w sposób silnie angażujący uczestników w liczne dyskusje, gry, symulacje i studia przypadków, podczas których mają oni okazję przećwiczyć na „poligonie doświadczalnym” działanie poznanych narzędzi i technik.

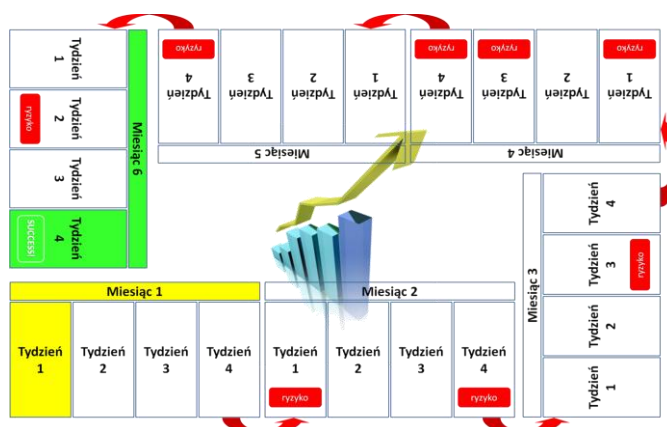
W latach 2010-2011 szkolenie to w formie otwartej, jako sztandarowe szkolenie dla klientów portalu rekrutacyjnego Pracuj.pl, dedykowany do niego trener przeprowadził dla ponad 500 pracowników z ponad 30 organizacji na terenie całej Polski. Jego wartość merytoryczna uzyskała średnie oceny w ankietach ewaluacyjnych powyżej 4,7 w skali 1-5.

Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

- 📁 Podejmują decyzję dotyczące budowania wizerunku firmy jako pracodawcy.
- 📁 Pracują w dziale HR lub marketingu i mają istotny wpływ na postrzeganie firmy przez pracowników i kandydatów do pracy.
- 📁 Interesują się tematyką reklamy i marketingu.
- 📁 Powinny lub chcą dowiedzieć się jak wygląda proces świadomego budowania wizerunku firmy w dłuższym okresie czasu.
- 📁 Nie znają a powinny/chcą poznać dostępne na rynku narzędzia employer brandingowe oraz ich faktyczny wpływ na pozycję firmy na rynku.
- 📁 Mają za zadanie niskimi kosztami i ograniczonymi siłami wpłynąć na wewnętrzny lub/i zewnętrzny wizerunek firmy jako pracodawcy.
- 📁 Są odpowiedzialne za długofalowe strategie biznesowe firmy.

Po szkoleniu uczestnicy:

- 📁 Znają większość dostępnych na rynku narzędzi employer brandingowego wewnętrznego i zewnętrznego.
- 📁 Wiedzą po jakim czasie i w jaki sposób inwestowanie w narzędzia EB przekłada się na mierzalne korzyści.
- 📁 Wiedzą kiedy jest idealny czas na inwestowanie w EB i potrafią dobrać odpowiednie narzędzia do preferowanego wizerunku firmy.
- 📁 Potrafią przeprowadzić diagnozę wizerunku faktycznego firmy wewnątrz i na zewnątrz.
- 📁 Potrafią zarządzać wizerunkiem firmy długoterminowo.
- 📁 Znają i rozumieją zależność między efektywnością pracy a wewnętrznym wizerunkiem firmy jako pracodawcy.
- 📁 Znają i rozumieją zależność między skutecznością rekrutacji w firmie a employer brandingiem zewnętrznym.
- 📁 Posiadają gotowy wachlarz niskobudżetowych narzędzi employer brandingowych do wdrożenia od zaraz w firmie.



Szkolenie wykorzystuje innowacyjną metodologię Strategy Business Games. Pierwszego dnia uczestnicy szkolenia biorą udział w symulacji biznesowej w grze strategicznej EB Success. Wcielają się w rolę zarządu fikcyjnych firm i konkurują ze sobą w grze o zwycięstwo, jakim jest najsilniejsza pozycja na rynku i najwyższy możliwy zysk. Aby wygrać, muszą z rozumą i pełną premedytacją inwestować w dostępne na rynku narzędzia employer brandingowe, dzięki którym pozostają najlepszym na rynku fachowców, którzy wyprowadzą ich biznes na szerokie wody.

Program szkolenia

Dzień 1

-  Powitanie uczestników. Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
-  Czym jest Employer Branding. Wizerunek pracodawcy a świadomy wizerunek pracodawcy.
-  Trendy związane z budowaniem wizerunku.
-  Diagnoza wizerunku obecnego, ustalanie strategii budowania wizerunku pracodawcy.
-  Budowanie wizerunku pracodawcy w Internecie (fora internetowe, pozycjonowanie w Google, strona kariery, profil pracodawcy na portalach rekrutacyjnych itp.).
-  Media społecznościowe (Facebook, YouTube, Golden Line i inne) i ich rola w budowaniu wizerunku jako pracodawcy.
-  Targi pracy i wirtualne targi pracy – cel i metody promocji pracodawcy.
-  Inne narzędzia i metody budowania wizerunku.
-  Benchmarking – jak to robią najlepsi (strategie takich firm jak Google, Facebook, KPMG i innych).
-  Jak odbudować wizerunek w sytuacji kryzysowej.
-  W jaki sposób Employer Branding realnie przekłada się na sukces firmy na rynku - strategiczne budowanie wizerunku pracodawcy w grze HR Success. Praca w zespołach nad strategicznym budowaniem wizerunku fikcyjnej organizacji. Zadaniem każdego zespołu jest zbudowanie silnej pozycji na rynku dla jego organizacji, przy użyciu dostępnych na rynku narzędzi Employer Brandingowych.
-  Podsumowanie pierwszego dnia.

Dzień 2

-  Powtórzenie dnia pierwszego.
-  Diagnoza aktualnego wizerunku i jego przyczyn przy pomocy Diagramu Ishikawy.
-  Kreatywne generowanie pomysłów na narzędzia employer brandingowe przy użyciu analizy morfologicznej.
-  Prezentacja i analiza uzyskanych pomysłów. Przygotowanie strategii employer brandingowej – uczestnicy pracują nad rzeczywistością, możliwą do wdrożenia strategią EB dla swojego pracodawcy.
-  Omówienie przygotowanych strategii.
-  Podsumowanie szkolenia.

