

Pracovní sešit

Jak začít s budováním značky
zaměstnavatele

MODUL 1: CO CHCEME SDĚLIT A KOMU

1.1 Co je to značka zaměstnavatele

- a) Jaká slova vás bezprostředně napadnou při vyslovení jména vašeho zaměstnavatele?
- b) Zamyslete se: Jaký je rozdíl mezi přístupem vaší firmy k zákazníkům a k uchazečům o práci? Napište svá zjištění a zamyslete se, na čem by se dalo zapracovat a kdo ve firmě vám s tím pomůže.

1.2 Psychologie uchazeče o práci

- a) Udělejte si jednoduché schéma náborového procesu, zkrátka seznam všeho, čím si u vás uchazeč musí projít, aby dostal nabídku.
- b) Vytipujte si kritická místa (na základě vaší praxe a z pohledu kandidáta), ve kterých ztrácíte kandidáty.
- c) Sestavte si krátký dotazník pro uchazeče a otestujte si domněnky z předchozího bodu.
- d) Rozdělte zjištění na ta, která můžete vyřešit a ta, se kterými nehnete.
- e) Zamyslete se, jak uchazečům vhodně vysvětlit kritické momenty, abyste je neztratili (např. proč vyplnit dlouhý osobní dotazník nebo se někam registrovat nebo proč je nutné se zúčastnit assessment centra). Hledejte benefit pro uchazeče, např. že díky účasti na AC lépe poznají sami sebe i nového zaměstnavatele.

1.3 Cílové skupiny

- a) Jaké pozice obsazujete nejčastěji a jaké lidi na ně hledáte?
- b) Zvýrazněte si klíčové pozice, kterých je hodně nebo vám dělají problém obsadit.
- c) Zkuste si udělat personu ke každé cílové skupině.

1.4 Jak zjistit vnímání značky zaměstnavatele

- a) Dejte dohromady výstupy za všech aktuálních průzkumů spokojenosti, externích výzkumů a získaná ocenění.
- b) Uspořádejte workshopy se zaměstnanci a zeptejte se jich na to, proč pracují právě u vás. Můžete využít některé z následujících otázek:
 - Co se vám jedním dvěma slovy vybaví, když se řekne jméno vaší firmy (ABC)?
 - Uveďte, co máte na své práci nejraději?
 - Proč pracujete právě v ABC?
 - Uveďte, na co jste nejvíc hrdý/hrdá v ABC?
 - Jaké zaměstnanecké benefity nejvíce oceňujete?

1.5 Definice značky zaměstnavatele

- a) Zkuste na základě toho, co jste se dozvěděli a jak znáte vašeho zaměstnavatele, sestavit vaše vlastní EVP: hesla a jejich popis.

1.6 Co dělat, když nejsme ničím zajímaví

- a) Udělejte si brainstormingu v rámci HR a zamyslete se nad tím, co by uvítali vaši zaměstnanci. Zkuste přijít s něčím originálním.
- b) Ověřte si své nápady na společném workshopu se zaměstnanci.

MODUL 2: JAK TO ŘÍCI

2.1 Copywriting

- a) Odpovídají vaše inzeráty principu AIDA? Projděte si a navrhnete úpravy.
- b) Zkuste přetextovat hesla z vašeho EVP tak, aby zůstala pravdivá, ale aby byla radost je číst.
- c) Sestavte krátký text, kterým v několika málo větách představíte vaši společnost jako atraktivního zaměstnavatele.

2.2 Grafika

- a) Dejte si dohromady všechny vaše grafické materiály a zkuste je posoudit na základě toho, co jste se dozvěděli. Podívejte se, jestli jsou vizuálně jednotné a jestli spolu ladí. Sepište návrhy na vylepšení.

2.3 Testování obsahu na cílových skupinách

- a) Zkuste si otestovat různá znění pracovního inzerátu a sledujte, kdo se vám na který hlásí. Vyberte si ten, který je nejbližší vaší personě a postupně textaci vyladíte tak, až se vám budou hlásit ti praví.

2.4 Pracovní inzeráty

- a) Doplněte do všech vašich pracovních inzerátů EVP.
- b) Pokud máte připravený perex o společnosti, zamyslete se, jestli by nešel pro každou cílovou skupinu trochu modifikovat, aby více zaujal.
- c) Ověřte si, že tonalita vašich inzerátů odpovídá jazyku vaší značky.
- d) Má inzeráty všechny potřebné náležitosti? Pokud ne, doplňte.

2.5 Kariérní stránky

- a) Sestavte seznam všeho podstatného, co by nemělo chybět na vašich kariérních stránkách.
- b) Inspirujte se moderními kariérními weby a přemýšlejte, co se vám na nich líbí a zda by něco podobného šlo udělat i pro vaši firmu. Pár tipů najdete níže:
- [Kdejinde.jobs.cz](https://kdejinde.jobs.cz)
 - [Kfc.jobs.cz](https://kfc.jobs.cz)
 - [Marks-and-spencer.jobs.cz](https://marks-and-spencer.jobs.cz)
 - [Hella.jobs.cz](https://hella.jobs.cz)
 - [Kb.jobs.cz](https://kb.jobs.cz)
 - [Ikea.jobs.cz](https://ikea.jobs.cz)
 - [Preciosa.jobs.cz](https://preciosa.jobs.cz)
 - [Cah.jobs.cz](https://cah.jobs.cz)
 - [Adp.jobs.cz](https://adp.jobs.cz)
 - [Studentagency.jobs.cz](https://studentagency.jobs.cz)

2.6 Multimediální obsah

- a) Zkuste se zamyslet, jaký multimediální obsah by mohl oživit vaše kariérní stránky či pracovní inzeráty. Než se pustíte do velkého projektu, vyzkoušejte si něco méně náročného. Tím může být např. natočení videomedajlonku s vybraným zaměstnancem. Pochopíte, co to obnáší a můžete do budoucna lépe „vychytat“.

MODUL 3: KDE, KDY A ZA KOLIK

3.1 Komunikační kanály

- a) Podívejte se na přehled mediatypů <https://www.mediaguru.cz/typy-medii/> a vytipujte si, které z nich byste mohli v budoucí kampani využít.

3.2 Komunikační kanály

- a) Udělejte si revizi používaných komunikačních kanálů s pomocí metody START-STOP-CONTINUE. Označte si jednotlivé kanály. U kterých víte, že vám fungují, dejte CONTINUE, u kterých máte pochybnosti, dejte STOP, a které byste rádi vyzkoušeli, dejte START.

3.3 Komunikační kanály

- a) Prohlédněte si vaše kampaně z poslední doby a zkontrolujte, že neobsahují žádný ze zmíněných nešvarů.