

# 10 strategických otázek

## Employer Branding

Následujících 10 otázek vám pomůže sestavit **strategii Employer Brandingu**. Pokud hledáte také **obecné informace** k Employer Brandingu, máme je pro vás dostupné [zde \(web\)](#).

1

### Jaká jsou naše EVPs (Employer Value Propositions) a jak nás odlišují od konkurence?

*EVPs definují, v čem se odlišujete od konkurence a co nabízíte jako hodnotu, podobně jako v obchodě USPs nebo v marketingu CVPs. Pokud EVPs ještě zdefinované nemáte, můžete rovnou začít:*

2

### Kdo je naše cílové publikum (talenti) a čeho si u zaměstnavatele cení?

*Definice vašeho cílového publika je pro komunikaci zásadní, stejně tak jako pochopení, jaké jsou jejich motivátory, jinými slovy, kvůli čemu mimo mzdy chodí do práce.*

3

### V čem je dnes naše značka silná a v čem slabá?

*Pochopení silných a slabých stránek vaší značky (vašeho brandu) vám následně pomůže nastavit si plán pro propagování těch silných a minimalizaci slabých stránek.*

4

#### **Jak naši značku nyní lidé na trhu práce vnímají?**

*Znát svou reputaci je zásadní proto, abyste ji mohli měnit a posouvat směrem, kterým chcete. Např: Vnímají vás jako výrobce? Poskytovatele služeb? Nebo jako firmu, ve které se mohou realizovat a růst?*

5

#### **Jakou roli v naší prezentaci jako zaměstnavatele hrají současní zaměstnanci?**

*Pokud už nějaké vnitřní brand-ambasadors máte, využijte jejich nadšení a nechte je budovat vaši značku zaměstnavatele navenek s vámi. Pokud ambasadors nemáte, můžete začít.*

6

#### **Jak můžeme využít příběhy a doporučení současných zaměstnanců?**

*Soustředte se na drobné úspěchy. Z drobných úspěchů se skládá velký obraz. Účasti na konferencích, certifikace, ocenění, nebo dobrovolnictví jsou skvělým příkladem.*

7

#### **Co jsou nejčastější námitky kandidátů, když odmítnou nabídku?**

*Zamyslete se nad tím, pro jaké důvody nejčastěji dostáváte od kandidátů košem.*

8

### **Pomocí čeho budeme měřit úspěch našeho employer brandu?**

*Vyberte si metriku, kterou chcete zlepšit, a tu následně sledujte. Vhodný může být třeba Time-to-hire (čas, který kandidát stráví v náboru), počet relevantních reakcí na pozici, počet followerů na LinkedInu apod.*

9

### **Jakými kanály je pro nás vhodné komunikovat?**

*Jsou to sociální sítě? Nebo komunitní prostory? Kde se pohybují lidé, které byste rádi do firmy získali, kde můžete upoutat jejich pozornost a navázat s nimi kontakt?*

10

### **Jaký rozpočet máme, jaký bychom potřebovali, a co z toho zvládneme nízkonákladově?**

*Pokud máte dostatečný rozpočet, skvělé! Pokud malý, i tak můžete budovat značku zaměstnavatele. Na sociálních sítích, skrz ambasadory apod.*

*Stáhněte si 10 strategických otázek také pro další oblasti, nebo si poslechněte naše podcasty a pustte záznamy webinářů na zajímavá témata: [www.learningdivers.cz](http://www.learningdivers.cz)*