**Jak dobrze zbudować wizerunek pracodawcy?**

**Obecnie o pozytywny wizerunek muszą dbać wszyscy - pracownicy, firmy, marki, a także pracodawcy. Budowa wizerunku pracodawcy to proces długotrwały, ale bardzo opłacalny. Bycie dobrze odbieranym przez otoczenie to nie tylko korzyści w postaci pozyskiwania nowych współpracowników, ale w konsekwencji wymierne zyski finansowe i usprawnienie współpracy. Czym jest employer branding i jak go budować?**

**Kilka słów o...**

Pojęcie Employer branding, czyli budowania wizerunku pracodawcy, wprowadzono w 2001 roku przez firmę McKinsey. Jest zatem stosunkowo młodym terminem. Skupia w sobie wszystkie działania budujące wizerunek “pracodawcy z wyboru”, czyli pracodawcy, który tworzy atrakcyjne środowisko pracy wraz

z możliwościami rozwoju dla obecnych i przyszłych pracowników. W employer brandingu wyróżnia się dwa obszary: zewnętrzny - kierowany do przyszłych pracowników i wewnętrzny - adresowany do obecnych.

**Narzędzia employer brandingu**

Obecnie rynek oferuje różnorodne sposoby na poprawienie wizerunku. Poznajcie kilka sprawdzonych metod działania w tym obszarze.

Po pierwsze, zabiegi offline. **Targi pracy czy obecność na uczelniach wyższych** to doskonały sposób na poznanie kandydatów do pracy i rozmowy z nimi “twarzą w twarz”. Działania, podczas których można bezpośrednio poznać firmę i w luźny sposób porozmawiać z jej pracownikami czy menedżerami pozwalają na zbudowanie zaufania odwiedzających, i lepszą interakcję z nimi. Z kolei obecność na uczelniach może przejawiać się w prowadzeniu wykładów, programów stażowych czy udostępnieniu danych do prac dyplomowych i magisterskich. Działania te muszą być systematyczne i długofalowe by przyniosły oczekiwane efekty. Jak to robią inni? Spójrz na **Lidl**, który systematycznie pojawia się na uczelniach oferując [program letnich praktyk i staży](http://goo.gl/St6iaS), czy **Grupę Muszkieterów** [współpracującą z Uniwersytetem Ekonomicznym w Poznaniu](http://goo.gl/MNocTG).

Po drugie, **materiały drukowane**. Ulotki, plakaty, broszury mimo, że powoli odchodzą w zapomnienie

i wypierane są przez Internet, nadal potrafią przyciągnąć wzrok i wzbudzić zainteresowanie odbiorców. Pamiętaj, im mniej treści, a więcej ciekawego obrazu tym lepiej!

Po trzecie, **ogłoszenia rekrutacyjne**. Pamiętasz, kiedy sam szukałeś pracy (a może nadal to robisz),

a wszystkie ogłoszenia wyglądały tak samo? Dobrze znane frazy, nic nie mówiące ogólniki. Pamiętaj, że właśnie poprzez ogłoszenie potencjalny kandydat do pracy najczęściej po raz pierwszy spotyka się z Twoją firmą. **Kreatywne ogłoszenia** przygotowane w spójny z wizerunkiem firmy sposób i wyróżniające się na tle konkurencji to pierwszy krok do pozyskania wartościowego pracownika.

Po czwarte, skoro mowa o kreatywnych ogłoszeniach, dlaczego nie pójść krok dalej? **Filmy rekrutacyjne,** mogą z powodzeniem zastąpić szablonowe ogłoszenia lub stanowić wsparcie dla kampanii rekrutacyjnej. [Zobacz jak robimy to dla Smart MBC](https://www.youtube.com/watch?v=uBqU9LINjN4).

Po piąte, **Social Media i działania online.** Nie warto ograniczać się tylko do profesjonalnych serwisów takich jak LinkedIn. Wyjście poza standardowe ramy i działanie na kilku frontach może przynosić wysokie korzyści. Facebook, Twitter, Instagram czy chociażby Snapchat tworzą niezliczone możliwości kreowania wizerunku firmy. Do tego pozwalają na wchodzenie w dyskusję z internautami i poznanie ich opinii. [Spójrz na działania Coca-Cola](https://www.facebook.com/cocacolapoland/?fref=ts).

I po szóste, **onboarding.** Skoro znalazłeś już idealnego pracownika zadbaj, by jego wdrożenie do firmy przebiegło bezproblemowo. Co powiesz na specjalnie przygotowany podręcznik, dzięki któremu nowi pracownicy poznają kulturę firmy i zapoznają się z jej zasadami?

Chcecie zobaczyć więcej? Przygotowaliśmy kilka filmów z przykładami wykorzystania Employer Brandingu.

[Intel](https://www.youtube.com/watch?time_continue=29&amp;amp;v=eCc_NwyI-M4) - traktujący pracowników jak gwiazdy rocka, [EY](https://www.youtube.com/watch?v=ueawCVc7EA8) - który udowadnia, że podatki też są ciekawe, [Ikea](https://www.youtube.com/watch?v=N9CXrF3BDa0) - zachęcająca w nietypowy sposób do składania aplikacji, a [McDonalds](https://www.youtube.com/watch?time_continue=17&amp;amp;v=caLhlj5GFTQ)przełamuje stereotypy pracy

w fastfoodzie.

Pamiętaj, we wszystkich działaniach chętnie Wam pomożemy.

**Źródła:**

<http://markapracodawcy.pl/definicja-employer-brandingu/>

<http://markapracodawcy.pl/sprawdzone-narzedzia-employer-branding/>