

Zviditelněte svou značku na trhu práce



Employer branding je nedílnou součástí komunikace vaší značky. K náborové kampani proto přistupujte stejně, jako když prodáváte jakýkoli produkt. Jen s rozdílem, že tím produktem jste tentokrát vy sami jako zaměstnavatel. Vaším cílem je zaujmout a přilákat zákazníky – tedy uchazeče o práci.

JAK OBJEVIT, OSLOVIT A ZÍSKAT TALENTY
Postupujte krok za krokem – od analýzy cílové skupiny a sběru dat, přes návrh komunikační strategie, až po samotný nábor. Jednotlivé kroky průběžně vyhodnocujte, dokud se nedopracujete k vytoužené konverzi: spoustě životopisů od těch správných kandidátů.

Tabulka popisuje čtyři fáze strategie, které byste měli naplnit. Konkrétní sdělení, komunikační kanály a KPIs si doplňte podle sebe.

AWARENESS		CONSIDERATION & DESIRE	APPLICATION	REFERRAL
CO SE DĚJE	Zkoumáte svou cílovou skupinu, definujete Employer Value Proposition a na základě dat volíte vhodné formáty a kanály pro komunikaci. Tím se dostáváte do povědomí relevantních kandidátů.	Komunikujete s cílovou skupinou, prezentujete své EVP a benefity práce u vás – tak, aby se s nimi mohli ztotožnit ti správní uchazeči a začali o vás vážně uvažovat. V cílové skupině vyvoláte touhu stát se součástí vaší firmy.	Pro spoustu talentů se stáváte top-of-mind zaměstnavatelem. Teď je přimějte k akci – návštěvě kariérních stránek, zaslání životopisu nebo jinému vstupu do náborového procesu.	Přesvědčujete zaměstnance, aby doporučili své známé a přátele a přivedli vám tak další uchazeče na volné pozice.
KLÍČOVÉ SDĚLENÍ Řekněte jednou větou, co chcete v dané fázi sdělit.				
CO NA TO CÍLOVKA?	Lidé znají vaši značku, mají základní informace o vaší činnosti a vědí, jaká je vaše vize.	Cílová skupina vnímá váš brand také jako atraktivního zaměstnavatele, rozumí benefitům i náplní práce. Ví, co nabízíte, a přeje si pro vás pracovat.	Z oslovených talentů se stávají kandidáti na konkrétní pracovní pozice – dělají poslední krok a začínají se aktivně ucházet o práci ve vaší firmě.	Zaměstnanci aktivně doporučují práci ve vaší firmě lidem ze svého okolí.
S ČÍM PRACOVAT	Emoce – jasná a rychlá sdělení	Racio – detailní informace	Konkrétní CTA – výzvy k akci	Konkrétní CTA – výzvy k akci
KOMUNIKAČNÍ KANÁLY Využijte firemní média i placené reklamní formáty.				
CO MĚŘIT	Zásah v cílové skupině	Čas strávený s obsahem	Počet vyplněných formulářů nebo zaslaných životopisů	Počet kvalitních doporučení
METRIKY	Počet zobrazení reklam, počet zhlédnutí videí, dosah na sociálních sítích, čtenost článků, počet návštěv na webech a kariérních stránkách, zmínky o brandu, velikost remarketingových publik	Počet prokliků na kariérní stránky, počet unikátních uživatelů, čas strávený na stránce, doba zhlédnutí videí, bounce rate, vracející se uživatelé, počet odběratelů newsletteru, doba poslechu podcastu, počet účastníků eventu	Počet prokliků na nabídky práce	Počet prokliků na referral landing page
VAŠE KPIs				