



מסלול מיתוג מעסיק וטכנולוגיות גיוס

המרכז הבינלאומי לכנסים, ביחד עם צוות מומחים ומרצים של הכנס שמחים להגיש לכם להלן, בהטבה בלעדית למשתתפי הכנס, את רשימת השלבים והאסטרטגיות לבניית מיתוג מעסיק מנצח כולל כאלו שיעזרו לכם לבנות תדמית מוצלחת של מיתוג מעסיק!

בניית מיתג מעסיק מנצח: אסטרטגיות להצלחה ברכישת כישרונות ושימור

יצירת אסטרטגיית מיתוג מעסיק מוצלחת דורשת תכנון וביצוע קפדניים, כמו גם מדידה וחידוד מתמשכים. להלן כמה מהשלבים והאסטרטגיות עליהם נדון בכנס.



Office@icx.co.il



1800-555200



[/https://www.icx.co.il](https://www.icx.co.il)



רשימת השלבים

- 1. התאימו את האסטרטגיה שלכם לצרכים הארגוניים:**
אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלכם צריכה להיות מעוצבת על פי הצרכים של הארגון בטווח הקצר והארוך, תוך התחשבות בכל מה שהארגון רוצה להשיג, ואת המיומנויות שהוא יידרס להם לשם כך.
- 2. הגדירו יעדים הניתנים לפעולה:**
אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלכם חייבת לעזור לארגון שלכם לפתור בעיה או להשיג מטרה. הגדירו יעדים ספציפיים והגיוניים, קיבעו מדדים, צרו לוח שנה עם צירי זמן של תוכן, והקצו משימות ותאריכים.
- 3. הגדירו מדדי KPI רלוונטיים:**
מדדי ביצועי מפתח (KPI) הם מדדים המשמשים להערכת ההצלחה של היעד. מדדי ה-KPI שתבחרו חייבים להתייחס ליעדים המוצהרים שלכם. יעדים הניתנים להשגה ומדויקים, וכמובן הניתנים לפעולה.
- 4. פתחו תוכנית מדידה:**
תוכנית זו צריכה לתאר את הנתונים שאתם עוקבים אחריהם, איך אתם תאספו את נתונים האלה, באיזו תדירות תמדדו, וכיצד תנתחו את הנתונים לשם לקבלת תובנות והזדמנויות.
- 5. הקצאת משאבים מראש:**
הגדרת תפקידים ואחריות בשלב מוקדם תעזור להבטיח עמידה בלוחות זמנים. בהתאם למשאבים שלכם, תוכלו לבחור לשמור על אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלכם התוך הארגון או להיעזר במומחה חיצוני.



6. צורו פרסונות מועמדים ליעד:

פרסונות מועמד היא ייצוג חצי בדיוני של המועמד האידיאלי שלכם, שפותחה כדי לעזור למגייסים להבין טוב יותר את המועמדים שהם מנסים לאתר. זה יכול לכלול פרטים על תואר העבודה שלהם, דרישת שכר, השכלה, היסטוריית עבודה, יעדים אישיים ועוד.

7. פתחו הצעת ערך משכנעת לעובד (EVP):

ה-EVP מבהיר את הציפיות הן של המועמד והן של החברה כאשר מתבצעת גיוס חדש, ומשמש כבסיס לחומרי התקשורת שלך.

8. בחנו את תהליך הבקשה שלכם:

ודא שאתם מבינים את תהליך הבקשה מנקודת מבטו של המבקש וחפשו דרכים לשפר אותו.

הנה עוד 3 אסטרטגיות שיעזרו לך לבנות תדמית מוצלחת של מיתוג מעסיק:

1. התחלו מבפנים:

ודאו שהעובדים הקיימים שלכם מרוצים. קדמו לעובדים איזון חיובי בין עבודה לחיים ולמנפו את העובדים שלכם כדי לשתף את החוויות החיוביות שלהם.



2. השתמשו במדיה חברתית כדי לספר את סיפור החברה:

קמפיין מדיה חברתית פעיל יכול לשפר את המוניטין של החברה שלך ולתת תובנות לגבי מיתוג המעסיק שלכם. הדגישו מידע שמראה איזון, גיוון, הכלה והערכה כללית לעובדים שלכם.

3. צרו תהליך הצטרפות חזק:

תוכנית הצטרפות מחושבת היטב עוזרת להשאיר רושם חיובי לאורך זמן על עובדים חדשים ונותנת את הטון לחוויה שלהם עם החברה שלך.

לסיכום

זכרו, בניית מותג מעסיק חזק מועילה לא רק למשיכת כישרונות חדשים אלא גם לשמירה על מוטיבציה ומעורבות של העובדים הקיימים שלך. עם זאת, יכולים להיות אתגרים, כגון משאבים מוגבלים וחוסר מעורבות של העובדים. לכן, חשוב להתייחס לאתגרים הפוטנציאליים הללו מראש ולכלול אותם באסטרטגיה שלכם.

ועוד משהו. מידע זה לא מתיימר להיות מידע ממצה. ישנם גורמים חשובים נוספים שניתן לעשות בהם שימוש כמו מינוף כלים דיגיטליים, שימוש באתרי דרושים ואימוץ התקדמות טכנולוגית שלא הצלחנו להגיע אליהן במסגרת מגבלת הזמן.



Office@icx.co.il



1800-555200



[/https://www.icx.co.il](https://www.icx.co.il)