

EMPLOYER BRANDING

- ABY NAJLEPŠÍ ŠLI PRÁVE ZA VAMI

Môže špičkovo zvládnutá skúsenosť kandidátov, ktorí sa v organizácii uchádzajú o niektorú z voľných pozícií, prispieť k zviditeľneniu vašej zamestnávateľskej značky? Ako sa najlepší z najlepších diskretné dozvedia, čo sa „varí vo vašej kuchyni“ a čo by mohlo pritiahnúť ich pozornosť? A naopak, ako sa vy dozviete, čo pri budovaní zamestnávateľskej značky prehlíadate a ako vašu organizáciu vníma trh? —

Zdroj: Amrop, Fotografie: Shutterstock a archív Amrop



Michal Lukáč
Amrop Partner

Vedeli ste o tom? Viacero medzinárodných štúdií potvrdzuje, že pri hľadaní práce si až 75 percent uchádzačov preveruje reputáciu organizácie a na základe zamestnávateľskej značky (Employer Branding) sa rozhoduje, či sa chce alebo nechce stať jej súčasťou.

„Podľa najnovšieho prieskumu spoločnosti LinkedIn zamestnávateľskú značku prehodnocuje úctyhodných 88 percent kandidátov.“

Positívna značka zamestnávateľa môže zvýšiť mieru odporúčaní danej organizácie o 51 percent a skrátiť čas potrebný na výber a prijatie do zamestnania o 50 percent. Na základe iného prieskumu by až 69 percent uchádzačov neprijalo ponuku od organizácie s negatívne vnímanou značkou a to aj napriek tomu, ak by boli v danom čase nezamestnaní.

Naším cieľom však nie je zaoberať sa jednotlivými detailmi pomerne komplexného budovania zamestnávateľskej značky. Organizácie, firmy či zamestnávatelia sa môžu nachádzať v rôznych fázach životného cyklu. Môžu mať rôznu veľkosť, zameranie, majetkovú a finančnú štruktúru, rôzne oblasti a segmenty pôsobenia, odlišné ciele, externé vplyvy, firemnú kultúru i ekonomické výsledky. Zameriame sa na dôležitú súčasť budovania značky, ktorú si málokto uvedomuje a ktorá pritom prináša pre tento strategický nástroj vysokú pridanú hodnotu.

EMPLOYER BRANDING S EXECUTIVE SEARCH PROFESIONÁLMI

Jednou z najdôležitejších, no často prehliadaných súčastí Employer Branding je skúsenosť kandidátov (Candidate Experience) pri výberovom procese, ktorá významne ovplyvňuje vnímanie zamestnávateľa i vlastné rozhodovanie potenciálnych zamestnancov. Profesionálna Executive Search spoločnosť hrá pri formovaní tohto zážitku kľúčovú úlohu, pretože pri komunikácii môže mať nielen predstavenie organizácie, ale aj vlastný prístup k výberu výrazný a dlhodobý dopad na kandidátov.

Zatiaľ čo bežné (ale aj najmodernejšie) techniky v oblasti výberu zamestnancov sa často sústreďujú na konkrétne zručnosti a kvalifikáciu, pozitívna Candidate Experience znamená, že uchádzači sa cítia vážení a rešpektovaní v každom kroku výberového procesu. Od kvalitnej osobnej komunikácie cez transparentnosť v informovaní o postupoch až po profesionálny a korektný prístup a spätnú väzbu, všetko toto prispieva k budovaniu silnej zamestnávateľskej značky. A práve v tomto bode prichádza strategická pridaná hodnota, ktorú môže poskytnúť Executive Search spoločnosť.

Vďaka zameraniu na vytváranie pozitívneho dojmu počas výberového procesu Executive Search konzultanti dokážu zabezpečiť, aby kandidáti (vrátane tých, ktorí nebudú finálne vybraní) odchádzali s pozitívnym pocitom a vysokou mienkou o zamestnávateľovi. Podľa prieskumov platí, že ak sa kandidáti budú cítiť dobre počas vyhľadávania a výberu, majú tendenciu tieto skúsenosti zdieľať s ostatnými, čím sa zvyšuje atraktivita organizácie na trhu a zlepšuje jej reputácia. Tým, že sa

Executive Search spoločnosť zameriava na vytváranie takýchto pozitívnych skúseností, prispieva k dlhodobému budovaniu zamestnávateľskej značky, ktorá privádza talentovaných profesionálov a zvyšuje schopnosť prilákať a udržať si najlepších zamestnancov.

10 PREDPOKLADOV WIN-WIN PARTNERSTVA

Profesionálna poradenská spoločnosť pôsobiaca v oblasti Executive Search môže prispievať k budovaniu zamestnávateľskej značky klienta vo viacerých kľúčových oblastiach:

1. Posilnenie zamestnávateľskej značky

Kvalitné vyhľadávanie a výber vrcholových manažérov môžu zlepšiť celkový imidž organizácie ako atraktívneho zamestnávateľa. Spokojní a talentovaní manažéri posilnia reputáciu značky v očiach potenciálnych zamestnancov.

2. Reputácia a dôveryhodnosť

Kvalitný výber zamestnancov nielen zvyšuje produktivitu a efektívnosť, ale aj posilňuje reputáciu organizácie ako zamestnávateľa. Tam, kde investujú do starostlivého výberu lídrov a talentov, si vytvárajú imidž dôveryhodného a atraktívneho zamestnávateľa. Okrem toho silná reputácia môže prilákať ďalších kvalifikovaných uchádzačov a posilniť lojalitu zamestnancov.

3. Networking a prístup k talentom

Poradenské firmy disponujú širokou sieťou kontaktov na profesionálov a odborníkov v rámci rôznych odvetví a profesií. To im umožňuje identifikovať a osloviť najlepších uchádzačov, ktorí by cez bežné kanály nemuseli byť dostupní. Tento prístup k talentom môže priniesť významné výhody a posilniť zamestnávateľskú značku.



4. Cielené oslovenie talentov

Poradenské firmy majú skúsenosti s identifikovaním a oslovovaním kandidátov, ktorí zdieľajú hodnoty a kultúru organizácie. Týmto spôsobom dokážu prilákať uchádzačov, ktorí sú v súlade so zamestnávateľskou značkou, čo zvyšuje pravdepodobnosť dlhodoobej spokojnosti zamestnancov.

5. Prilákavanie tých najlepších

Vyhľadávanie, výber a zamestnávanie vrcholových manažérov a talentov vytvára kultúru excelentnosti, ktorá priťahuje ďalších kvalitných a ambiciózných profesionálov. Keď sa organizácia stane známou ako pracovne atraktívna, upevňuje svoju pozíciu lídra v odvetví, čo vedie k tomu, že najlepší uchádzači sú motivovaní pripojiť sa k tímu. Niektorých manažérov na najvyšších pozíciách nemotivuje finančná odmena, ale naopak štýl a forma líderstva vrcholových predstaviteľov organizácie a možnosť s nimi spolupracovať. Práve poradenské firmy vedia na diskretnéj báze efektívne pripojiť svet nasledoviahodných vrcholových lídrov s talentmi, ktoré by inak na bežnú pracovnú ponuku nereflektovali.

6. Komunikácia kultúry a hodnôt

Poradenská firma môže klientom pomôcť cieľovej skupine kandidátov definovať a prezentovať firemnú kultúru a hodnoty klienta. Jasne komunikované hodnoty, kultúra a výhody sú priamou cestou k osloveniu tých, ktorí s nimi súhlasia a ktorí nimi žijú. To je obzvlášť dôležité v čase, keď uchádzači sledujú nielen mzdu, ale aj to, či „ladia“ s firemnými cieľmi a hodnotami. Pripomíname, že tu naozaj nejde v prvom rade o peniaze. Výrazným tvorcom zamestnávateľskej značky je líder organizácie so svojim unikátnym vodcovstvom a štýlom riadenia. Executive Search konzultant môže manažérom a iným špecialistom, ktorí by radi takéhoto uznávaného lídra nasledovali a spolupracovali s ním, sprostredkovať túto možnosť a vzájomne ich prepojiť.

7. Analýza trhu a spätnej väzby

Priame interakcie medzi poradenskou firmou a kandidátmi môžu poskytnúť cennú spätnú väzbu o tom, ako je organizácia vnímaná na trhu. Tieto informácie môžu byť použité na optimalizáciu procesov a väčšiu prispôsobenosť preferenciám a potrebám

uchádzačov, čo môže viesť k posilneniu Employer Branding.

8. Zvýšenie viditeľnosti

Účasť poradenskej firmy na výberovom procese môže zlepšiť viditeľnosť klienta v odborných kruhoch. Pripravovaním a organizovaním výberových procesov sa organizácia stáva aktívnym účastníkom v odvetví, čo jej môže pomôcť vyťažiť z viditeľnosti pri prilákaní talentov a budovaní pozitívnej zmeny vo firemnej kultúre.

9. Zlepšenie kandidátskeho zážitku

Executive Search profesionáli (headhunteri) sa zvyčajne riadia osvedčenými praktikami, ktoré umožňujú hladký, plynulý a profesionálny výberový proces. Tento prístup, ktorý je založený na vysokej dôvere, profesionalite a diskretnosti, nielenže zlepšuje zážitok uchádzačov, ale aj predlžuje pozitívny dojem o organizácii, čo môže kladne ovplyvniť aj tých, ktorí vo finále neuspeli. Efektívny a profesionálny výberový proces prispieva k pozitívnemu dojmu nielen pre úspešných kandidátov, ale aj pre tých, ktorí neboli vybraní. Tento pozitívny dojem môže viesť k odporúčaniam a zlepšeniu povesti organizácie.

10. Podpora prirodzenej zvedavosti a záujmu

Poradenské firmy môžu uchádzačom poskytnúť hlbšie informácie o firemných hodnotách, plánovaných aktivitách a budúcej perspektíve. Taktiež ich môžu zapojiť do otázok a diskusií, čím vzbudzujú zvedavosť a záujem, čo môže viesť k atraktívnejšiemu vnímaniu organizácie zo strany kandidátov.

Všetky uvedené aspekty spoločne prispievajú k vybudovaniu silnej a pozitívnej zamestnávateľskej značky, čo je kľúčové pre prilákavanie, udržanie a podporu talentovaných zamestnancov. Súdržná a profesionálna spolupráca s poradenskou spoločnosťou tak môže byť dôležitým aspektom strategického prístupu k budovaniu Employer Branding.

www.amrop.sk



Amrop

www.amrop.com

Leaders For
What's Next

Finding the right candidate, evaluating a board structure or assessing leadership talent is not only about contacts or technical skills. It's about understanding the unique context of every individual assignment.