

HR-БРЕНДИНГ КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ ПОЛОЖИТЕЛЬНОГО ИМИДЖА КОМПАНИИ

Студентка гр.113621 Масляк А.М.

Ст. преп. Третьякова Е.С.

Белорусский национальный технический университет

Бренд работодателя – это образ вашей компании как хорошего места работы в глазах всех заинтересованных лиц, а также набор экономических, профессиональных и психологических выгод, которые получает работник, присоединяясь к вашей компании. Имидж компании необходим не только для удержания, но и для привлечения талантов. На благоприятный имидж компании влияет внедрение HR-брендинга как создания благоприятного имиджа работодателя. Компании с сильным HR-брендом получают 7 важных конкурентных преимуществ: 1) более высокая производительность труда и рентабельность; 2) устойчивость во время экономических спадов; 3) больше откликов от квалифицированных кандидатов; 4) снижение текучести персонала; 5) сокращение негативного воздействия стресса на сотрудников; 6) повышение уровня удовлетворенности и лояльности клиентов; 7) больше инициативы, творчества и инноваций со стороны сотрудников.

Формирование HR-бренда - трудоемкий и менее стихийный процесс, он нуждается в тщательно выверенных действиях и прежде всего - в детальном изучении целевой аудитории. При разработке концепции, в соответствии с поставленными целями и задачами, выбираются конкретные инструменты воздействия на аудиторию: способы, формы и каналы донесения информации. Не существует универсальных и идеальных инструментов воздействия для всех работодателей - важно, чтобы обещание HR-бренда соответствовало ожиданиям и потребностям подходящих кандидатов. Компании при этом осуществляют более качественный подбор, где поток незначимых резюме снижается, а число откликов от «нужных» людей, которые действительно высоко мотивированы на работу именно здесь, растет. Кандидаты в свою очередь получают максимум информации для того, чтобы принять правильное решение и выбрать работодателя, который им подходит.

HR-брендинг - это комплекс целенаправленных мероприятий по формированию положительного имиджа работодателя с целью постоянного привлечения лучших из лучших специалистов в своей отрасли. Создание HR-бренда требует выявления ценностей и потребностей работников компании, а также тех специалистов, которых компания стремится привлечь.