

**VNÍMANIE
ZAMESTNÁVATEĽSKEJ
ZNAČKY**

alebo

**AKO PRITIAHNUŤ A UDRŽAŤ TÝCH SPRÁVNÝCH
ZAMESTNANCOV**

ČO JE EMPLOYER BRANDING ?

Profesionálna marketingová komunikácia zameraná na oslovovanie vhodných kandidátov na jednotlivé pracovné pozície a udržanie zamestnancov v pracovnom procese.

PREČO POTREBUJEME EMPLOYER BRANDING?

Dnes už nestojí otázka či sa zamestnám, ale u koho sa zamestnám.

Ľudia preferujú značky už aj pri zamestnaní a zmene zamestnania.

AKÝ JE PRVÝ KROK PRE REALIZÁCIU EMPLOYER BRANDINGU?

Prieskum vnímania zamestnávateľskej značky

PREČO JE POTREBNÉ MAŤ PRIESKUM?

Jedine kvalitný prieskum Vám ukáže ako ste na tom ako
zamestnávateľská značka

Kvalitný prieskum = Správny marketing mix

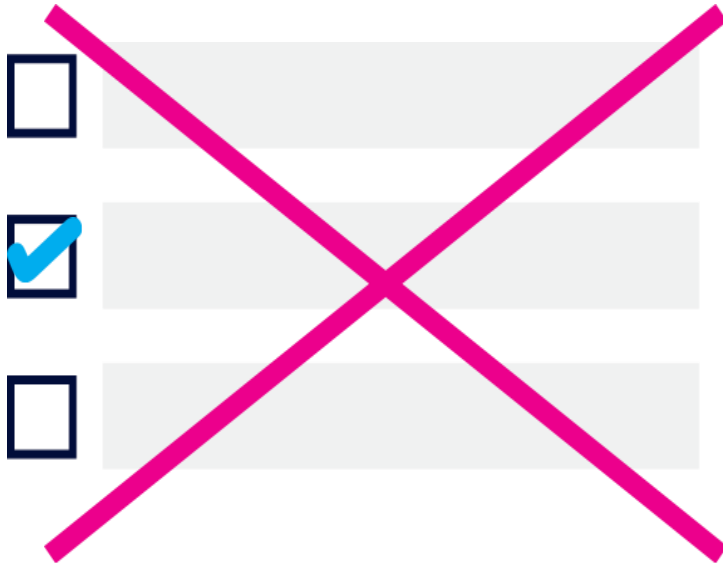
AKÚ METÓDU PRIESKUMU ZVOLIŤ?

Výber je vždy na Vás, no my odporúčame

Colormind s požitím CWAT

ČO JE CWAT?

Je to jednoduché odpovedáte výberom 3 farieb



CWAT - Colour-Word Association Technique

Farebno - slovná asociačná technika

PREČO POUŽIŤ CWAT?

- Presná diagnostika na úrovni podvedomej asociácie (bypass racionálneho myslenia)
- Predpovedá trendy
- Nastavenie na základe individuálnych potrieb
- Časová nenáročnosť pre respondentov
- On-line prostredie
- Rýchle vyhodnotenie
- Zrozumiteľnosť výsledkov
- Finančná dostupnosť

ČO MÁM OČAKÁVAŤ OD PRIESKUMU?

Atraktivnosť



Na koľko sa páčim uchádzačom ?

Na koľko sa páčim uchádzačom vzhľadom na konkurenciu

Hodnota



Na koľko som významný pre uchádzačov?

Na koľko som významný vzhľadom na konkurenciu?

Atribúty



Akými kladnými a zápornými atribútmi sa vyznačujem

ako zamestnávateľ? Aká je ich atraktivnosť a významnosť?

Akými atribútmi sa vyznačuje konkurencia?

V ktorých atribútoch som lepší a zároveň, ktoré priťahujú

uchádzačov najviac. Ktoré atribúty eliminovať?

Trend



Aké vývojové trendy môžem očakávať?

**Ako čítať
výsledky****0-3**

NÍZKA

Nízka atraktivita,
uchádzači sú ostražití.Nízka dôležitosť
a hodnota.Nízka súvislosť,
nízka skupinová zhoda.

Oslabujúci.

4-6

STREDNÁ

Nejednotná atraktivita,
rôzne názorové postoje.Stredná dôležitosť
a hodnota.Nejednotné asociácie,
zhoda malých skupín.

Nerozhodný.

















7-10

VYSOKÁ









Vysoká atraktívnosť,
uchádzači sa aktívne
angažujú.Vysoká dôležitosť
a hodnota.Vysoká súvislosť,
vysoká skupinová zhoda.

Posilňujúci.

POROVNANIE ZAMESTNÁVATEĽOV
(príklad výstupu)

	Moja firma	Konkurencia 1	Konkurencia 2	Konkurencia 3
Atraktívnosť	 4.2	 7.5	 9.2	 5.0
Hodnota	 10	 4.2	 10	 5.2
Atribúty	 7.3	 7.3	 5.8	 7.3
Trend				

MOJA FIRMA
príklad segmentácie

	<i>Celkovo</i>	<i>Muži</i>	<i>Ženy</i>	<i>do 35 r.</i>	<i>nad 35 r.</i>
Atraktivnosť	 4.2	 4.2	 4.2	 3.3	 7.5
Hodnota	 10	 10	 5.8	 5.8	 10
Trend					

PRÍKLAD VÝBERU ATRIBÚTOV

Bezpečné prostredie
Bonusový systém
Istota
Istota zamestnania
Jasné pravidlá
Kariérny rast
Moderné technológie
Moja kariéra
Nočná zmena
Dvozmenná prevádzka

Osobný rozvoj
Peniaze
Príjemné pracovné prostredie
Spravodlivý šéf
Týždeň dovolenky navyše
Uznanie od šéfa
Vernostný bonus
Vysoká mzda
Trojzmenná prevádzka
Dochádzam do práce nad 50 km

PRÍKLAD VÝHODNOTENIA ATRIBÚTOV

	Moja firma	Konkurencia 1	Konkurencia 2	Konkurencia 3
Bezpečné prostredie	7,4	6,5	5,6	6,5
Bonusový systém	7,4	7,4	5,6	7,4
Istota	7,4	6,5	4,7	7,4
Istota zamestnania	7,4	7,4	5,6	7,4
Jasné pravidlá	7,4	7,4	6,5	7,4
Kariérny rast	7,4	7,4	5,6	7,4
Moderné technológie	6,5	6,5	5,6	5,6
Moja kariéra	8,2	7,4	6,5	7,4
Osobný rozvoj	6,5	7,4	6,5	6,5
Peniaze	7,4	6,5	5,6	6,5
Príjemné pracovné prostredie	7,4	7,4	5,6	7,4
Spravodlivý šéf	7,4	7,4	6,5	6,5
Týždeň dovolenky navyše	6,5	6,5	5,6	7,4
Uznanie od šéfa	6,5	7,4	6,5	7,4
Vernostný bonus	7,4	7,4	6,5	7,4
Vysoká mzda	7,4	7,4	6,5	7,4
Dochádzam do práce do 50 km	3,0	3,0	3,0	3,0
Dvojmenná prevádzka	4,7	5,6	5,6	4,7
Nočná zmena	3,0	2,1	2,1	2,1
Trojzmenná prevádzka	3,0	3,0	3,0	3,0

* Zeleným označené hodnoty majú posilňujúci trend, červené sú nežiadúce.

ČO MÁ BÝŤ VÝSLEDKOM PRIESKUMU?

Relevantné údaje pre prípravu marketing mixu EB

Súhrn odporúčaní pre prípravu EB plánu