**Weryfikacja ścieżki pracownika, imprezy integracyjne w górach, nowe technologie – w jaki sposób mogą wesprzeć employer branding?**

**Według 83% przedsiębiorców przyciąganie i zatrzymywanie talentów to częste wyzwanie, z którym borykają się podczas swojej pracy. Jak podaje ICAN Institute koszty nieudanej rekrutacji mogą wynieść bowiem nawet 39 350 złotych, a w momencie odejścia pracownika – kwota ta może się potroić! Jak więc zbudować silną markę, która będzie niczym magnes przyciągać talenty? Czy można realizować employer branding poprzez aktywności takie jak imprezy integracyjne w górach lub weryfikację ścieżki pracownika? Odpowiadamy!**

****

Weryfikacja ścieżki pracownika, imprezy integracyjne w górach – w jaki sposób mogą wesprzeć employer branding?

**Opinie nowych kandydatów – dlaczego warto je wykorzystać?**

Jednym z największych błędów, jakie może popełnić właściciel firmy, jeśli chodzi o budowanie marki pracodawcy, jest brak informacji zwrotnych od pracowników. Przy zatrudnianiu nowych pracowników dobrze jest konsultować się z nimi w trakcie całego procesu. Podczas rozmowy możesz dowiedzieć się, gdzie występują problemy w procesie wdrażania i jak je naprawić. Ignorowanie usterek w procesie rekrutacji i szkolenia obecnych pracowników może być receptą na… katastrofę. Im dłużej będziesz czekać, aby rozwiązać te problemy, tym trudniej będzie Ci przyciągać stały strumień wartościowych kandydatów. Wysłuchanie obaw swojego zespołu jest niezbędne, jeśli chcesz stworzyć kulturę firmy opartą na trosce i zrozumieniu.

**Zadanie dla Ciebie:** przygotuj listę kontrolną, która na każdym etapie rekrutacji i onboardingu będzie wypełniana przez nowoprzybyłe osoby (pamiętaj o przeanalizowaniu wyników!).



Opinie kandydatów – w jaki sposób można je wykorzystać?

**Ścieżka pracownika – czyli jak spojrzeć na firmę oczami osoby z zewnątrz?**

O ile pojęcie ścieżki kariery pracownika jest znane wielu osobom, to ścieżka pracownika jest już mniej popularna. Co zatem kryje się pod tym terminem? To cała „trasa”, jaką musi pokonać potencjalny pracownik od momentu zbliżenia się do siedziby firmy, do chwili, gdy usiądzie na fotelu przed rekruterem. Podczas tych kilku minut dana osoba ma szanse przyjrzeć się i ocenić elementy takie jak: elewacja budynku, schody, recepcja, wystrój wnętrza, czy wygląd łazienki. Jak pokazują wyniki badań przeprowadzonych przez firmę Devire - już **co 2 kandydat rozważający ofertę pracy ocenia biuro oraz jego lokalizację**. Coraz częściej zdarza się również, że potencjalny pracownik odrzuca propozycję zatrudnienia właśnie ze względu na niedogodne warunki biurowe.

**Zadanie dla Ciebie:** przejdź samodzielnie (lub zaangażuj managerów) drogę, która pokonuje każdy potencjalny pracownik. Dzięki temu zweryfikujesz, czy na swojej drodze nie natyka się np. na niedziałające włączniki światła, porozrzucane kartony lub odpadające elementy tynku.

**Nowe technologie – jakie rozwiązania warto roważyć?**

Utrzymanie konkurencyjności w świecie biznesu wymaga ciężkiej pracy. Jednym z najlepszych sposobów na zapewnienie Twojej firmie przewagi konkurencyjnej jest pozostawanie „na bieżąco” z nowoczesnymi technologiami. Istnieje mnóstwo narzędzi dostępnych dla właścicieli firm, którzy próbują zoptymalizować swoje działania z zakresu employer brandingu. Inwestowanie w takie rozwiązania jak marketing conversion, nowoczesną stronę internetową, czy atrakcyjne kampanie skierowane do potencjalnych pracowników to tylko niektóre z przykładów.

**Zadanie dla Ciebie: Zastanów się, czy wykorzystałeś wszystkie możliwe rozwiązania, które mogłyby wesprzeć employer branding. Jeśli nie masz do tego zasobów – skonsultuj się z ekspertami, którzy mogą wesprzeć Cię w tym temacie.**

- Jeśli chcemy przyciągnąć najlepszych i najzdolniejszych pracowników, stworzenie silnej marki powinno być niezbędnym elementem naszej strategii. Włączenie do tego procesu nowych technologii, takich jak np. marketing conversion i współpraca działu HR z działem PR-u to dobry sposób na zbudowanie odnoszącej sukcesy i szanowanej marki pracodawcy – mówi Anna Goławska z agencji PR Commplace.



Wykorzystaj nowe technologie

**Imprezy integracyjne w górach, nad morzem – w jaki sposób mogą wpłynąć na employer branding?**

Wiele uczelni wyższych przed rozpoczęciem roku akademickiego organizuje imprezy integracyjne w górach lub nad morzem, podczas których starsi koledzy wprowadzają „pierwszoroczniaków” w kulturę organizacyjną oraz zapoznają ze specyfiką danego kierunku. Dlaczego nie przenieść tego także do firmy? To dobra okazja, aby w ciekawy sposób zapoznać nowych pracowników z wartościami przedsiębiorstwa, jednocześnie tworząc z nimi relację. - Budowanie i nadzorowanie zespołu podczas imprez integracyjnych daje także możliwość spojrzenia na grupę pod kątem poszukiwania liderów, taktyków, czy planistów – mówi Katarzyna Bemsz, Kierownik Działu Sprzedaży i Obsługi Klientów Dworu Korona Karkonoszy, który specjalizuje się w organizowaniu wyjazdów firmowych. Podczas wykonywania ćwiczeń team buildingowych w łatwy sposób można zauważyć, jakie role naturalnie przyjmują poszczególne osoby. **Dobrze zorganizowane imprezy integracyjne w górach, czy nad morzem mogą stać się kultowym elementem w kulturze organizacyjnej firmy**, a uczestnictwo w nich byłoby wręcz ukoronowaniem pomyślnie zakończonego procesu rekrutacyjnego.

**Zadanie dla Ciebie:** zastanów się, z jakimi problemami borykają się nowoprzyjęci pracownicy i w jaki sposób wyjazd integracyjny mógłby rozwiązać te problemy.

- Ważnym aspektem każdego wyjazdu są działania z zakresu „team building”. Z pozoru proste ćwiczenia, odpowiednio dobrane przez nas do specyfiki danej firmy, czy relacji pracowników stanowią okazję do integracji zespołu, a finalnie - zwiększenia efektywności jego pracy – dodaje ekspert z Dworu Korona Karkonoszy.

Weryfikacja ścieżki klienta, imprezy integracyjne w górach, marketing conversion – to tylko kilka przykładów, które mogą wesprzeć Twoją firmę w pozyskaniu prawdziwych talentów. Na koniec warto przytoczyć jeszcze myśl amerykańskiego pisarza, filozofa i publicysty - Richarda Bacha: **„Im bardziej chcę coś robić, tym mniej nazywam to pracą”.** Te słowa to klucz do zrozumienia, czym powinna być skuteczna strategia employer brandingowa.