

Szkolenie: *Employer branding* – wzmacnianie wizerunku pracodawcy na rynku pracy

Organizator: MKG Consulting

Opracowanie i realizacja programu szkoleniowego:

Monika Kantowicz-Gdańska

Czas trwania:

2 dni szkoleniowe (2x8 godz.)

Metodologia: warsztat łączący elementy wykładu interaktywnego (prezentacja treści połączona z dyskusją) z ćwiczeniami angażującymi uczestników

Uczestnicy: przedstawiciele najwyższego kierownictwa firm, menedżerowie oraz specjaliści z działów HR i PR, a także inne osoby chcące poszerzyć swoją wiedzę w zakresie kształtowania wizerunku pracodawcy

Cele:

Szkolenie będzie koncentrować się na rozwijaniu kompetencji strategicznego myślenia oraz doskonaleniu praktycznych umiejętności w zakresie kształtowania wizerunku pracodawcy (tworzenie oraz egzekucja strategii *employer branding*). W trakcie trwania warsztatu uczestnicy będą mieli okazję do wykorzystania swoich dotychczasowych doświadczeń w tworzeniu nowych koncepcji działań wizerunkowych. Omawiane będą praktyki innych firm (analiza zarówno dobrych jak i złych przykładów), co powinno rozwinąć w uczestnikach zdolność właściwej oceny działań konkurentów i umiejętność wykorzystania tego benchmark'u do doskonalenia własnych aktywności wizerunkowych. Celem szkolenia jest również dostarczenie inspiracji do stworzenia przez każdego z uczestników indywidualnego planu inicjatyw w zakresie kształtowania wizerunku pracodawcy. Tematyka szkolenia koncentrować się będzie na procesie tworzenia marki pracodawcy i formułowania strategii wizerunkowej. Poruszane będą kwestie związane z kształtowaniem wizerunku na rynku pracy, jak również wewnątrz organizacji (proces doskonalenia marki pracodawcy oraz kształtowanie wizerunku wewnętrznego i budowanie zaangażowania pracowników poprzez działania komunikacji wewnętrznej).

Efekty szkolenia:

Uczestnicy szkolenia nauczą się w strategiczny, kompleksowy sposób patrzeć na procesy kształtowania wizerunku pracodawcy. Poznają silny kontekst biznesowy procesów zarządzania marką pracodawcy. Otrzymają narzędzia analizy strategicznej. Zdobędą wiedzę niezbędną do sformułowania strategii wizerunkowej pracodawcy. Dowiedzą się, jak mierzyć skuteczność działań *employer branding*. Poznają szereg dobrych praktyk w zakresie kształtowania marki pracodawcy.

Program szkolenia**EMPLOYER BRANDING - JAK ZBUDOWAĆ WIARYGODNĄ MARKĘ PRACODAWCY**

- Obszary działań employer branding
- Strategiczne podejście do kształtowania wizerunku pracodawcy - kluczowe pytania
- Podstawa wiarygodności marki pracodawcy - atrybuty emocjonalne
- Największe wyzwania dla employer branding
- Ćwiczenie: określanie priorytetów dla działań employer branding

TWORZENIE STRATEGII EMPLOYER BRANDING

- Analiza strategiczna:
 - Analiza wizerunku wewnętrznego i zewnętrznego
 - Grupy docelowe
 - Ocena konkurencji
 - Ćwiczenie: analiza strategiczna mojej organizacji
- Pozycjonowanie marki pracodawcy:
 - Określenie wartości marki pracodawcy dla pracowników (EVP) oraz funkcji marki pracodawcy
 - Marka pracodawcy - atrybuty funkcjonalne i emocjonalne
 - Budowanie wiarygodności marki pracodawcy - dostarczenie argumentów wspierających
 - Ćwiczenie: poszukiwanie argumentów wspierających dla mojej organizacji
- Egzekucja marki pracodawcy:
 - Narzędzia kształtowania wizerunku pracodawcy
 - Najczęściej popełniane błędy
 - Podstawowe mierniki skuteczności działań employer branding
 - Ćwiczenie: ocena sposobu pozycjonowania i egzekucji wybranych marek pracodawców
- Strategia employer branding - studium przypadku

EMPLOYER BRANDING W PROCESIE REKRUTACJI I WPROWADZENIA DO PRACY

- Działania wizerunkowe na poszczególnych etapach rekrutacji
- Proces wprowadzenia do pracy czyli siła pierwszego wrażenia - dobre praktyki
- Ćwiczenie: projektowanie skutecznego procesu wprowadzenia do pracy

EMPLOYER BRANDING W INTERNECIE

- Siła strony korporacyjnej i elementy wizerunku pracodawcy on-line
- Zarządzania marką i wizerunkiem pracodawcy w wirtualnych sieciach społecznych - wytyczne
- Jak to robią najlepsi ? – przegląd najlepszych europejskich stron poświęconych karierze

Uwaga: organizujemy także zamknięte warsztaty szkoleniowo-konsultacyjne w zakresie tworzenia strategii employer branding dla działów / zespołów odpowiedzialnych za kształtowanie wizerunku pracodawcy. Zawartość merytoryczna warsztatów opiera się na powyższym programie, przy czym szkolenie zawiera rozbudowane elementy konsultacyjne i jest poprzedzone gruntownym rozpoznaniem sytuacji Klienta. Czas trwania: 2-4 spotkania robocze w okresie przygotowawczym (po 4-6 godzin), warsztat – 2-3 dni (po 6-8 godzin).

**Prowadzący: Monika Kantowicz-Gdańska**

Konsultant, certyfikowany trener, audytor. Ekspert z wieloletnim doświadczeniem w dziedzinie zarządzania zasobami ludzkimi. Zajmuje się w szczególności rozwojem menedżerów oraz badaniem opinii pracowników i doradztwem w zakresie doskonalenia organizacji.

Od początku swojej kariery zawodowej pracuje z najwyższą kadrami zarządzającą oraz menedżerami różnych szczebli - zarówno w wymiarze grupowym, jak i indywidualnym. Koncentruje się na kluczowych wyzwaniach i buduje na pozytywach. Rozwija miękkie kompetencje, a w szczególności umiejętności komunikacyjne. Jest inspiratorką autorefleksji i orędowniczką dialogu. Uczy menedżerów, jak skutecznie budować zaangażowanie i przełamywać opory pracowników wobec zmian.

Jako niezależny konsultant i trener pracuje od 2006 roku. Zrealizowała liczne projekty doradcze i rozwojowe dla firm z wielu branż oraz instytucji publicznych. Prowadzi warsztaty, szkolenia i wykłady z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi oraz PR (kształtowanie wizerunku pracodawcy, komunikacja menedżerska, komunikacja wewnętrzna w organizacji, zarządzanie talentami, zarządzanie wiedzą i inne obszary tematyczne). Projektuje programy rozwojowe.

Z jej ekspertyzy korzystali członkowie zarządów, menedżerowie i pracownicy wielu organizacji, a wśród nich: Metro Group (Makro), Tesco Polska Sp. z o.o., TNT, Allianz, QXL Poland Sp. z o.o. (Allegro), Raiffeisen Bank Polska S.A., ING Bank Śląski, PKO BP, Volkswagen Bank Polska S.A., TP S.A., P4 Sp. z o.o. (Play), Polkomtel S.A., JTI Polska Sp. z o.o., Sanofi-Aventis Sp. z o.o., Volkswagen Poznań, Scott Wilson, Passus Sp. z o.o., UDT, PERN „Przyjaźń” S.A., Instanta Sp. z o.o., Urząd Marszałkowski w Łodzi, Górnośląskie Centrum Kultury, Valeo Electric and Electronic Systems Sp. z o.o., EXATEL S.A.,

Spółdzielcza Mleczarnia „Spomlek”, COM4IT Sp. z o.o., PZOL Sp z o.o., Imago Public Relations, Alfa Laval Kraków Sp. z o.o., Tramwaje Warszawskie, UM Wodzisławia Śląskiego, Computaris Polska Sp. z o.o., IT Card i in. Swoją wiedzę praktyczną dzieli się także ze studentami studiów podyplomowych (m.in. Szkoła Główna Handlowa, Polska Akademia Nauk, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach).

Jest absolwentką Wydziału Ekonomicznego Uniwersytetu Gdańskiego i Podyplomowego Studium Public Relations na Uniwersytecie Warszawskim oraz stypendystką Copenhagen Business School (studia z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi i konsultacji). Ukończyła studia trzeciego stopnia (doktoranckie) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Katowicach, w Katedrze Zarządzania Zasobami Ludzkimi. Członek Polskiego Towarzystwa Trenerów Biznesu.

Opinia o prowadzącym:

„Z dzisiejszego szkolenia, wychodzę z głową pełną inspiracji, energią do działania, uporządkowanymi myślami dotyczącymi EB, przekonaniem, że warto zainwestować swój czas w budowanie wizerunku mojego pracodawcy”. / „Wychodzę ze szkolenia z przekonaniem, że można zmienić pewne działania w organizacji i z pomysłami jak można to zrobić”. / „Ze szkolenia wychodzę z uporządkowaną wiedzą na temat tego jak podejść do rozpoczęcia prac związanych ze strategią wizerunkową, a także z nowymi pomysłami, które będę mogła wykorzystać w codziennej pracy”. / „Wychodzę z przekonaniem, że moja praca jest bardzo interesująca i jest ogromnym polem do popisu! Szkolenie dało mi „Powera”, otworzyło oczy na kilka rzeczy: I nie jest tak super, jak myślałam, ale ..., II może być. A ja zadbam o to aby było super, jak najszybciej. / „1. Mam konkretne wskazówki, co zmienić w swojej organizacji 2. Dużo dają konkretne przykłady z Internetu i porównanie do najlepszych 3. Oparcie się na problemach organizacji uczestników szkolenia (wówczas szkolenia staje się „realne”) – „Z czym wychodzę ze szkolenia?” – opinie uczestniczek warsztatów Employer Branding (2016)