

**GROU**

PUBLIC AFFAIRS  
REPUTATION MANAGEMENT

# EMPLOYER BRANDING – ДАНЬ МОДЕ ИЛИ КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСПЕШНОГО РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА?

HR COMMITTEE  
AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE

**UKRAINE**  
**ACC**  
THE CHAMBER OF COMMERCE

# КАТЕРИНА ЗАСУХА



- Исполнительный директор коммуникационного агентства GROU
- 16 лет в коммуникациях
- Диплом Chartered Institute of Public Relations (CIPR, UK)
- 12 лет работы в международных и национальных компаниях секторов B2B, FMCG
- Возглавляла коммуникационный департамент крупнейшего в стране благотворительного фонда - «Развитие Украины» (БФ Рината Ахметова)
- Преподаватель программ по коммуникациям в KMBS (Киево-Могилянская бизнес-школа), образовательного проекта Growth in PR, спикер и модератор различных бизнес-мероприятий

# О ЧЕМ ПОГОВОРИМ?



Какие вызовы стоят сегодня перед работодателем

Как сильный Employer brand поможет компании справиться с этими вызовами и сохранить лидерство

EVP и как он влияет на бизнес

Успешный бренд работодателя – с чего начать?

# ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОГО РАБОТОДАТЕЛЯ\*



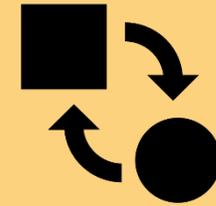
Всеобщая диджитализация



Сотрудник становится «внутренним» клиентом



Борьба за таланты



Изменения психологического портрета сотрудников (поколение Y, Z)



Смещение функций HR-менеджера и HR бизнес-партнер



Расширение форм занятости: удаленная работа



Новые инструменты управления производительностью:

- Diversity, engagement
- Вдохновение - неотъемлемая часть лидерства
- Инструменты обратной связи с сотрудниками

# КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СИЛЬНЫЙ БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ?\*

97%

кандидатов убеждены, что совпадение их внутренних ценностей с корпоративной культурой компании – ключевой фактор удовлетворенности на рабочем месте

80%

HR-специалистов согласны с тем, что сильный бренд работодателя помогает находить и удерживать таланты

50%

опрошенных не готово работать в компаниях с плохой репутацией, даже если финансовое вознаграждение там существенно выше

# КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СИЛЬНЫЙ БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ?\*

88%

Для миллениалов и соискателей помладше очень важно быть частью компании с правильными ценностями и корпоративной культурой

80%

сотрудников ушло из своих компаний потому, что им не подходила корпоративная культура

10%

Компании с плохой репутацией платят на **10%** больше за рекрутинг одного нового сотрудника

# КАКИЕ ЗАДАЧИ РЕШАЕТ СИЛЬНЫЙ БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ?\*

87%

кандидатов пришли в компанию именно потому, что их личные ценности совпали с ценностями компании

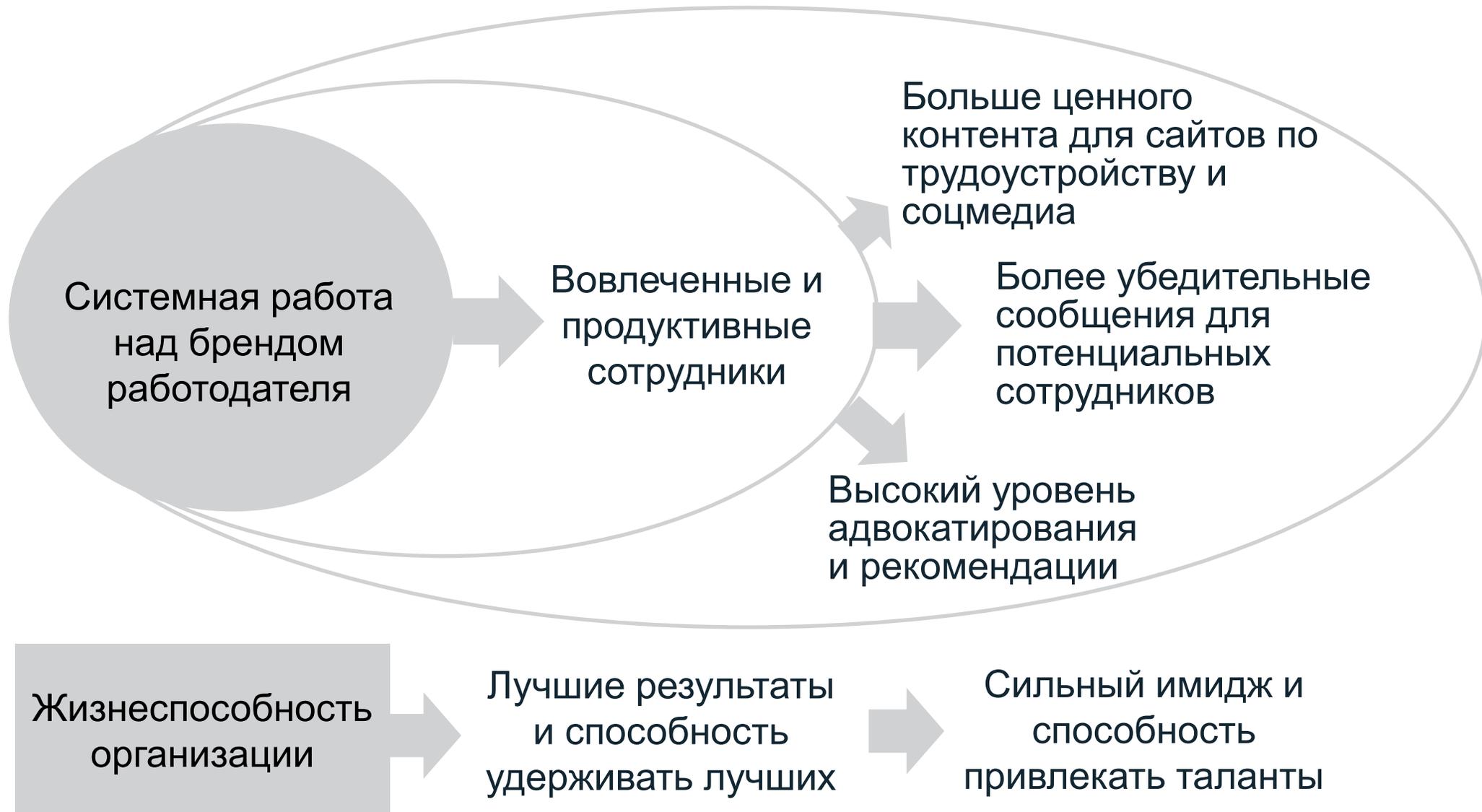
62%

кандидатов тщательно изучают информацию о компании в социальных сетях, прежде чем отправлять свое резюме

2

к компаниям с позитивным брендом работодателя обращается в **2 раза** больше соискателей, чем к тем, у кого этот бренд не развит или негативен

# ЧТО ДАЕТ СИЛЬНАЯ РЕПУТАЦИЯ РАБОТОДАТЕЛЯ





БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ – ЧТО ЭТО?

**IT IS YOUR STORY**



# ОПРЕДЕЛЕНИЕ

Ваш Employer Brand – это ИСТОРИЯ о вас как о работодателе

То, что ваши таланты ощущают, думают, чувствуют о вас как о месте работы

То, чем они делятся с другими людьми





ЛУЧШЕЕ МЕСТО РАБОТЫ –  
КТО НЕСЕТ ВАШУ ИСТОРИЮ «В ЛЮДИ»?

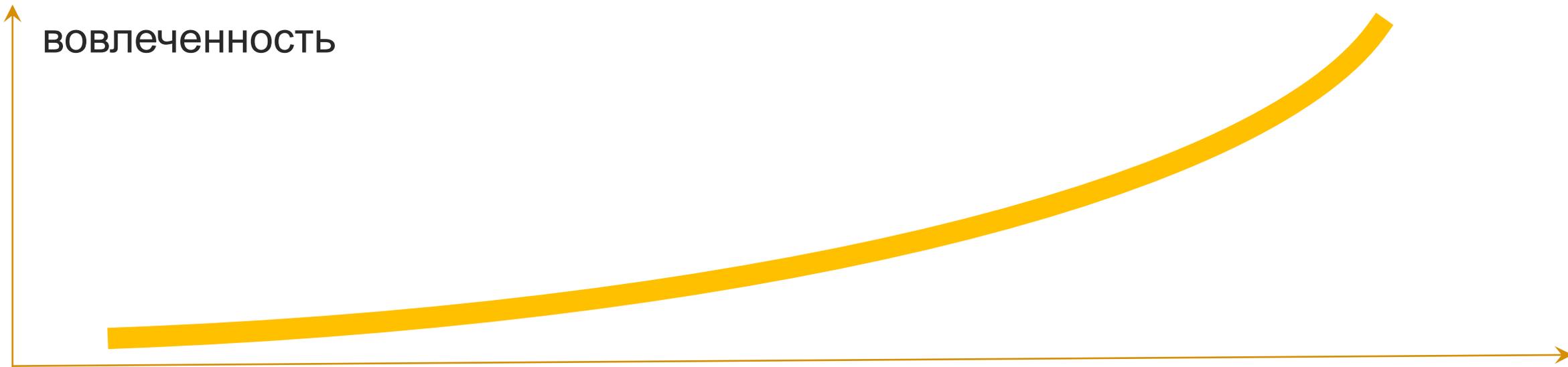
# ГЛАВНЫЕ ИСТОЧНИКИ ИНФОРМАЦИИ О РАБОТОДАТЕЛЕ

По данным исследования компании Korn Ferry 2016





ВСЕ ЛИ СОТРУДНИКИ ГОТОВЫ  
СТАТЬ «ПОСЛАМИ» ВАШЕГО БРЕНДА?



Консультанты

Работники

Адвокаты

Фанаты

Компания = клиент

Исполняют  
должностную  
инструкцию

Интересуются  
жизнью компании  
Информированны  
е  
Защищают

Любят компанию.  
Разделяют  
ценности  
Рекомендуют  
компанию

# ИНГРЕДИЕНТЫ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ



**Обещание** (employer brand promise) определяет вашу суть как работодателя; подтверждает вашу уникальность и вдохновляет к действиям



**Атрибуты** – это то, что формирует связь вашего бренда работодателя с обещанием



**Архитектура** бренда работодателя – это то, как вы управляете и как строите коммуникацию обещания и атрибутов вашего бренда работодателя

# АРХИТЕКТУРА БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ

**ЦЕЛЬ  
бизнеса**

Чего хотим достичь?

**ЦЕННОСТИ**

Наша суть: что для нас ценно сегодня и что будет ценно всегда?

*Компонент EVP*

*Компонент EVP*

*Компонент EVP*

EVP. Как наша цель бизнеса и ценности трансформируются в видение того, как нас воспринимают и должны воспринимать как работодателя

**История**

Ключевое сообщение, которое будет транслироваться во внутренней и внешней коммуникации



# EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

# EMPLOYER VALUE PROPOSITION



Почему я должен идти  
работать в вашу  
организацию?  
Почему я должен оставаться  
в организации?

Почему я должен  
выкладываться по полной?

Почему я должен  
рекомендовать  
организацию?

СИЛЬНЫЙ

EVP

в 5 раз выше вовлеченность  
персонала

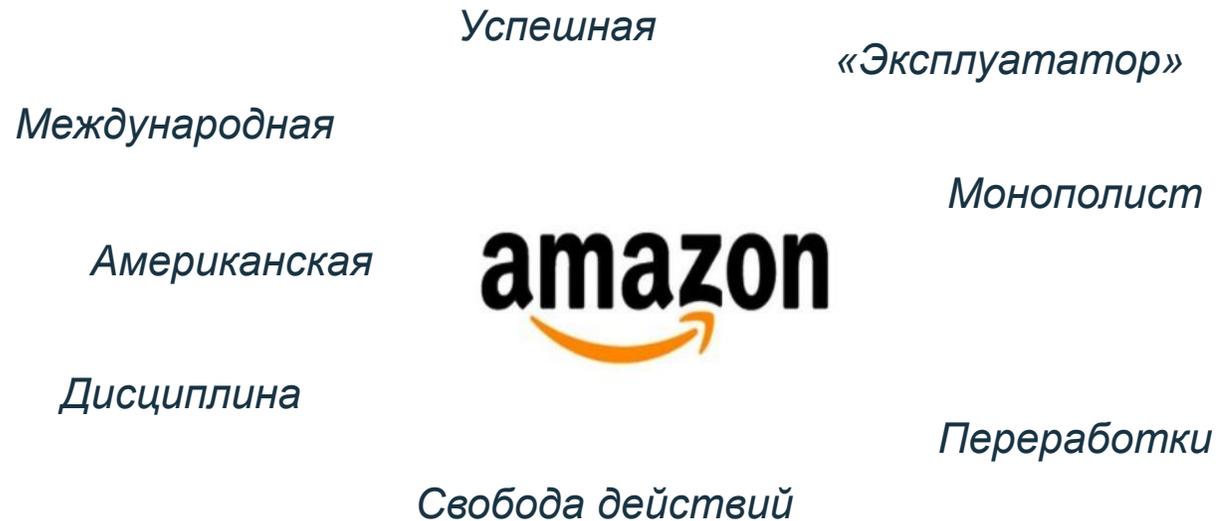
в 2 раза лучше финансовые  
результаты, чем у аналогичных  
компаний на рынке

# РОЛЬ EVP В ФОРМИРОВАНИИ БРЕНДА



# БРЕНДЫ РАБОТОДАТЕЛЯ И ИХ EVP (ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОТРУДНИКАМ)

Employer Brand = Репутация работодателя = То, как люди видят компанию



**EVP= Как компания хочет, чтобы ее видели**

## **14 принципов лидерства:**

1. Нанимать и развивать лучших
2. Стремиться к высоким стандартам
3. Думать масштабнее
4. Действовать
5. Нацеленность на результат и т.д....

# БРЕНДЫ РАБОТОДАТЕЛЯ И ИХ EVP (ЦЕННОСТНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ СОТРУДНИКАМ)

Employer Brand = Репутация работодателя = То, как люди видят компанию

EVP= Как компания хочет, чтобы ее видели





# СОЗДАНИЕ EMPLOYER BRAND

- **Шаг 1:** обозначьте максимально четко проблему, которую нужно решить
- **Шаг 2:** получите поддержку руководства
- **Шаг 3:** исследуйте проблему
- **ШАГ 4:** Разработайте стратегию и план действий по решению проблемы (с измеримыми индикаторами успеха и бюджетом)
- **Шаг 5:** реализуйте план
- **Шаг 6:** исследуйте результат



# СОЗДАНИЕ EMPLOYER BRAND



## Discover

- Stakeholder interviews
- Focus groups
- Employee engagement data
- Communication audits
- External brand alignment
- Culture, mission and values alignment

## Invent

- Employer brand promise
- Employer brand attributes
- Employee value proposition
- Creative design expression
- Strategic communications planning

## Deliver

- Employer brand architecture
- Integrated communications
- Certified brand ambassadors
- Customer experience and employer branding

# СОЗДАНИЕ EMPLOYER BRAND

---





# РОЛЬ ВНУТРЕННИХ КОММУНИКАЦИЙ И PR



1



## КЕЙС: Rolls-Royce UK



Проблема:  
непопулярность работы на производстве турбин



Решение:  
Популяризировать профессию в школах



The super power of...

ENGINEERING

See it in action here.

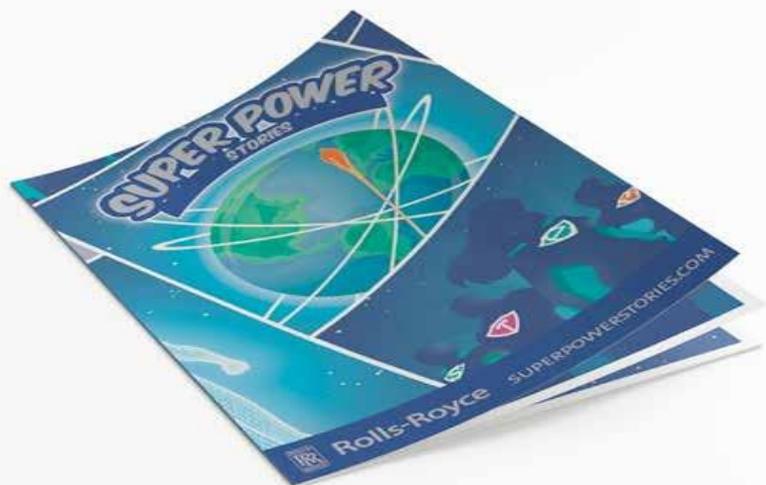


Rolls-Royce



Была реализована кампания с использованием веселых и красочных историй супергероев “Superpower Stories” чтобы показать, сколько интересного может происходить благодаря турбинам





Материалы:  
Брошюры  
Вебсайт  
Social media  
Интерактивные  
стенды в школах

2



## КЕЙС: Kraft



Проблема:  
Штаб-квартира в отдаленном городе



Решение:  
Сотрудники говорят о городе

Производитель мяса Oscar Mayer, часть компании Kraft Heinz, почти сто лет управлял бизнесом из офиса в городе **Madison, Wisconsin**.



Привлечение внимания к городу **Madison** – это обязательное условие для релокации талантов в главный офис, поскольку город никогда не был интересен либо популярен как место для жизни



 #Share your  
**Madison**



Кампания предполагала, что нынешние сотрудники главного офиса будут публиковать фото и видео, которые покажут, почему им нравится жить и работать в этом городе



**Two chances to win**

We're running the competition on Instagram, the social photo sharing app (available on AppStore and Google Play). Just take your photo or video using the app and then share it using the hashtag **#shareyourmadison**. It's as easy as that! The closing date for entries is xx.xx.xx

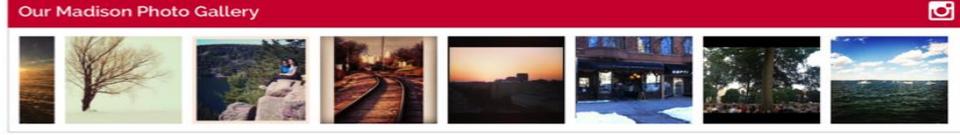
**What makes this a great place to live and work for you?** Submit a picture or a short video that captures something you love about Madison and you could win a great prize. What's more, we'll be sharing all the photos and clips with visitors to our careers website – so your creativity could really make a difference when it comes to attracting talented new people to Oscar Mayer.



**where it's all made**

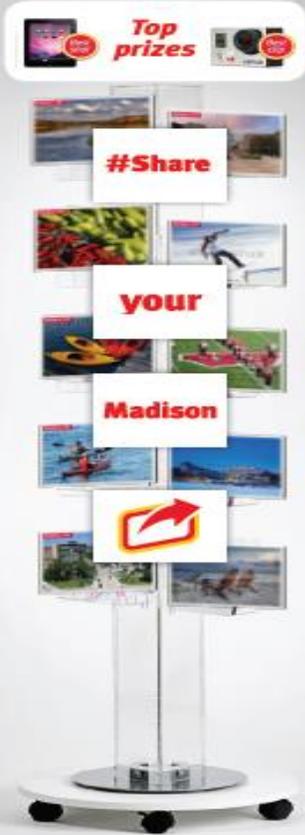
**Oscar Mayer**

**Name of location:** Madison, WI  
**Number of employees:** 1,250  
**Type of location:** Headquarters and manufacturing plant  
**Functions:** Brand Leadership; Finance; Sales; Marketing; Integrated Supply Chain; HR; Research, Development & Quality; Transportation; Engineering; Information Systems.  
**Brands:** Oscar Mayer, Lunchables Lunch Combinations, BOCA, Claussen, Kraft Foods  
**Business Units:** N/A  
**Facilities:** On-site parking; cafeteria; gym; credit union; employee store; bike racks and showers; lactation rooms; relaxation zones.



Открытки  
 Видео на офисных экранах  
 Заставки на скринсейверах  
**Более 150 сотрудников поучаствовали!**

Фотографии и видео были добавлены на вебсайт о карьерных возможностях Kraft careers для иллюстрации вакансий в Madison



3



## КЕЙС: Novartis

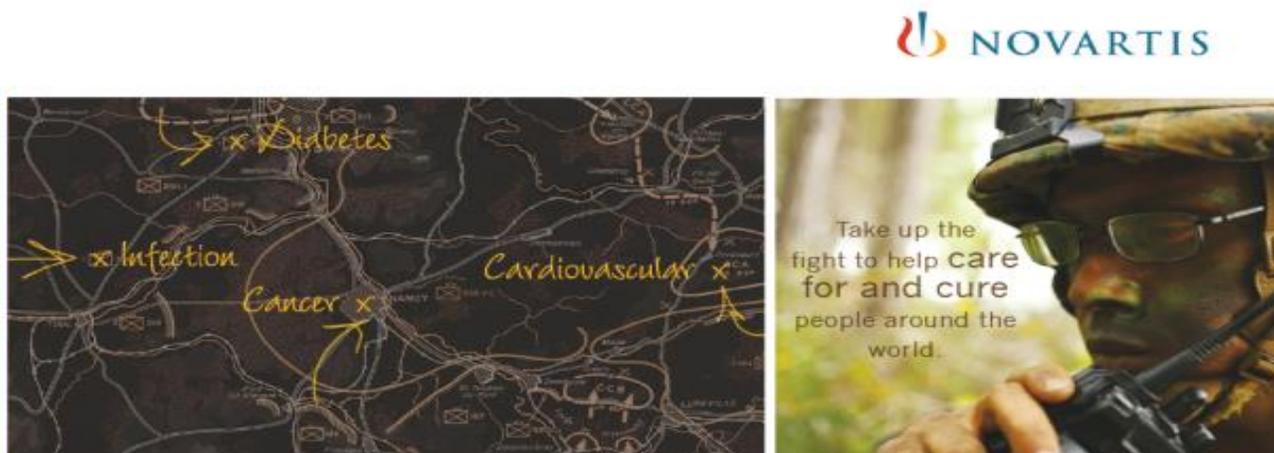


Проблема:  
Мало сотрудников-ветеранов



Решение:  
Создать сообщество талантов

# Выявление, вовлечение и удержание ветеранов должно было помочь Novartis восприниматься как **diverse workforce**



Take up the fight to help care for and cure people around the world.

**YOUR NEXT MISSION:**  
Combat disease

Careers for military veterans at Novartis



The **employer brand campaign** culminated in a microsite to capture veteran job seekers and funnel them into the Novartis *military talent community*.



Материалы:

Тематический микросайт

Портал для сообщества

Online баннер

Флаер на мероприятие для

военных

A screenshot of a web form titled 'JOIN OUR TALENT COMMUNITY' with the Novartis logo at the top. The form is divided into two main sections: 'CONTACT DETAILS' and 'YOUR EXPERIENCE'.  
**CONTACT DETAILS**  
- First Name: enter your first name  
- Last Name: enter your last name  
- Email Address: enter your email  
- Mobile Phone: + [country code] - enter your mobile number  
- Country of Residence: - Select -  
- Location Preference: - Select -  
- Are you willing to relocate?:  Yes  No  
**YOUR EXPERIENCE**  
- Branch of Service: - Select -  
- Rank:  Enlisted  Officer  
- Military Occupational Code: enter your Military Occupational Code  
- Area of Interest: - Select -  
- CV/Resume Upload (optional): Select file  
Below the form, there is a privacy notice: 'The personal information that you provide to Novartis, Inc., will be used for the purposes of recruiting professionals. Your personal information will be shared globally within the Novartis group companies, as necessary, for the recruitment of professionals and will be stored in the United States by Novartis, and its agents. If you choose to have your name removed from our mailing list please do so at any time in the future, please click unsubscribe. The personal information you provide will be collected by Futurestep and shared with Novartis, based on the privacy policies of both companies.'  
Links for 'Novartis Privacy Policy', 'Novartis Terms and Conditions', and 'This website is hosted by Futurestep. View Futurestep Privacy Policy' are provided.  
At the bottom, there is an orange button labeled 'Accept And Continue'.

# КАТЕРИНА ЗАСУХА

---



fb: Katerina Zasoukha  
E-mail: [k.zasukha@grou.com.ua](mailto:k.zasukha@grou.com.ua)

**Спасибо за  
внимание!**