

NEWSPOINT

5 najlepszych praktyk,
które usprawnią Twój
Employer Branding

Raport przygotowany przez Newspoint Sp. z o.o.



„Raport przedstawia potencjał narzędzia, jakim jest monitoring mediów w zakresie prowadzenia i analizy działań employer brandingowych na różnych płaszczyznach. Wykorzystanie monitoringu stwarza zupełnie nowe możliwości dla rekruterów i osób odpowiedzialnych za odbiór firmy wśród potencjalnych pracowników. Warto zwrócić uwagę na kompleksowość usługi monitoringu mediów w obszarze employer branding. Notujemy wzrost zapytań odnośnie badań marki pracodawcy. Już szybki podgląd wyników Google Trends wskazuje, że w 2017 roku słowo “pracodawca” cieszyło się niemal 2,5-krotnym wzrostem liczby wyszukiwań w porównaniu do roku 2008. Wykonana przez Newspoint analiza popularności frazy “marka pracodawcy”, wykazała ponad 1400% wzrost jej popularności na przestrzeni 8 lat: od średnio 5 artykułów miesięcznie w roku 2010 do aż 72 artykułów siedem lat później.

Świadomość firm co do wagi postrzegania organizacji na rynku pracy wzrasta. Coraz większe znaczenie w firmach ma aktywność pokolenia milleniów - to oni zaczynają tworzyć najliczniejsze grono pracowników. Są bardzo aktywni w social mediach. Dużo komentują. Liczy się dla nich tu i teraz. Trudno ich utrzymać w jednym miejscu pracy. Świat wirtualny postrzegają na równi z realnym. Skracają dystans w stosunku do osób zarządzających. Jest to nowe wyzwanie dla osób odpowiedzialnych za employer branding i pozytywny wizerunek marki.”

- Robert Stalmach

PREZES ZARZĄDU NEWSPPOINT

Monitorowanie sytuacji na rynku pracy daje nowe możliwości pracodawcy.

Dzięki temu skutecznie zbudujesz swój employer branding oraz będziesz na bieżąco ze wszystkimi zmianami, które zachodzą wokół twojej firmy.

Brzmi dobrze?

A to tylko niektóre z wielu zalet monitoringu mediów. Zanim zaczniesz czytać dalej, zadaj sobie proste pytanie.

Czy chcesz być pracodawcą godnym uwagi?

Na następnych stronach znajdziesz pięć praktycznych wskazówek, jak to zrobić.



Jak śledzić cały rynek?

Internet dysponuje milionami źródeł, tysiącami forów, ogłoszeń, wpisów itd. Nawet wyspecjalizowana grupa researcherów nie poradzi sobie z takim nawałem danych. Tu z pomocą przychodzi monitoring mediów. Na rynku dostępne są narzędzia do monitoringu mediów, które umożliwiają zebranie tych wszystkich informacji, bez potrzeby tracenia czasu na szukanie ręczne.



Oto pięć sposobów na usprawnienie employer branding za pomocą monitoringu mediów

- 1 Dowiedz się, co o Tobie myślą
- 2 Ucz się od najlepszych
- 3 Pierwszy znajdź kandydatów
- 4 Zwalcz kryzys zanim się rozwinie
- 5 Analizuj i wyciągaj wnioski

1. Dowiedz się, co o Tobie myślą



Każdy pracodawca powinien wiedzieć, jak jest postrzegany w branży. Na szczęście ludzie chętnie dzielą się swoimi opiniami w internecie. Monitoring mediów pozwala zobaczyć, jakie są opinie o firmie i jej otoczeniu.

Przykład:

Firma traci pracowników. Monitoring mediów umożliwia zebranie danych o jej wizerunku wśród pracowników i ich znajomych. Wyniki dadzą odpowiedź na pytania: jak odbierany jest pracodawca i dlaczego. Analiza wyodrębni elementy, które są kluczowe w danej sytuacji, np. wysokość wynagrodzenia, atmosfera w pracy czy szanse na rozwój. Pozwoli to spojrzeć na sytuację z perspektywy kandydatów, dając przewagę już na etapie planowania działań.



Wpis skrzywdzony na gowork.pl/opinie_wszystkie

21 kwietnia 2017 09:33 (7 miesięcy temu)

http://www.gowork.pl/opinie_czytaj_4,214180,0,0#comment29783982876913

skrzywdzony na gowork.pl/opinie_wszystkie

skrzywdzony 2017-04-21 09:33 **Pracodawca** ten bardzo mnie skrzywdził, wyraził zgodę na zatrudnienie a po czasie z nieznanego powodu się rozmyślił. Nieważne były kwalifikacje, doświadczenie i chęć uczciwej pracy lecz rozgrywki personalne z **[redacted]**. To było podłe i okrutne.
odpowiedz



2

Wydźwięk: Neutralny

Płeć: ?

Źródło: Fora

Pokaż wątek

Pobierz



Wpis Asia na gowork.pl/opinie_wszystkie

4 października 2017 15:16 (2 miesiące temu)

http://www.gowork.pl/opinie_czytaj_4,169150,0,0#3129623

Asia na gowork.pl/opinie_wszystkie

... która mnie nauczyli, może marketingowiec ze mnie zaden ale strategie mam w małym palcu. Ludzie świetni przynajmniej wtedy kiedy ja **pracowałam**, było ciężko bo nie ukrywam ale naprawdę było warto. Każdemu polecam tą pracę ponieważ dla niektórych będzie to idealny start do pracy w korporacji jak i z klientami. **Alior** naprawdę nie oszczędza na szkoleniu Call Centre, nie jedna osoba tam pracująca jest o wiele lepiej wyuczona z wiedzy prod...



4

Wydźwięk: Neutralny

Płeć: ♀

Źródło: Fora

Pokaż wątek

Pobierz

Wybitny Orzeł

🌐 4programmers.net - 22-10-2016 10:02

Connectis - opinie :: 4programmers.net

Czesc, Ja **pracuje** w **Connectis** od 15 miesiecy i w tym czasie mialem 2 projekty - jeden u klienta (Slask), drugi zdalnie z domu (tez Slask . Obydwa projekty miedzynarodowe. Firma jest spoko, mam dobry pakiet, opiekuna, mile niespodzianki i wybor sciezki, ktora chce isc. Brakuje mi tylko biura na miejscu, zeby czasami wpasc na kawke do mojej milej opiekunki, ale podobno juz wktrocze to sie zmieni. Wczoraj np. bylem na warsztacie w centrali i poznałem innych programistow z wewnetrznego zespolu. Ogolnie moznaby szukac minusow, ale po co skoro na razie jest ok. Pozdro po Slasku!

Connectis_

2. Ucz się od najlepszych



Rynek pracy zmienia się nieustannie. Nieustannie pojawiają się nowe trendy, które dają coraz więcej możliwości. Dlatego warto jest śledzić wszelkie publikacje ekspertów, od których możemy czerpać inspiracje.

Przykład:

Pracodawca szuka najnowszych publikacji ekspertów i influencerów związanych z budową marki pracodawcy. Narzędzie do monitoringu umożliwia dotarcie do nich w sposób prosty i skuteczny. Przeczesuje ono sieć badając frazy złożone z nazwiska eksperta i badanej branży. Dzięki temu, możemy obserwować trendy rynkowe, jak również wprowadzać nowe rozwiązania do codziennego zarządzania przedsiębiorstwem.



Wpis nissan na blogspot.com

1 lutego 2017 14:41 (10 miesięcy temu)

<http://lootos-neverlandd.blogspot.com/2017/02/raport-polska-1988-2009.html>

nissan na blogspot.com

... finalnie do 6 proc. W efekcie koszty pracy miały zostać obniżone o prawie 20 proc., a ulgę po równo odczuli by **pracodawcy** i pracownicy. Reforma przewidywała również zmniejszenie stawek podatku dochodowego od osób fizycznych z trzech (19, 30 i 40 proc.) do dwóch (18 i 32 proc.) od 2009 r. Spore kontrowersje wśród ekonomistów budziła sprawa obniżenia stawki rentowej, głównie dla pracowników. Według wycień rządowych planowane obniżki mi...

3

Wydźwięk: Neutralny

Zasięg: 3,2 tys. odślon

Ekwiwalent: 420 PLN

Płeć: ?

Źródło: Blogi

Pokaż wątek

Pobierz



Wpis Asia Kamińska na blogspot.com

6 czerwca 2016 14:33 (rok temu)

<https://hrzpasja.wordpress.com/2016/06/06/kandydat-musi-nas-kupic-czyli-efekt-wow-i-co-dalej/>

Asia Kamińska na blogspot.com

... mógł poczuć, że jest to miejsce i stanowisko pracy, które są dla niego atrakcyjne. A także, że jesteśmy pracodawcą, którego **marka** będzie dla niego cenną wartością. Kolejnym krokiem jest współpraca. Na podstawie wytworzonej relacji, dochodzimy do momentu, w którym już zatrudniona osoba będzie wypracowywała z nami interakcję. Aby dobrze zadbać o ten obszar, ważne jest zadbanie o tworzenie społeczności wewnątrz firmy, o wymianę informacji, o sprawną kom...

5

Wydźwięk: Neutralny

Płeć: ♀

Źródło: Blogi

Pokaż wątek

Pobierz

3. Pierwszy znajdzie kandydatów



A co z sytuacją, gdy potencjalny pracownik szuka kontaktu z naszą organizacją lub chce w niej pracować? Wówczas narzędzie monitorujące znajdzie jego komentarze i publikowane treści, które szybko dotrą do działu HR.

Przykład:

Potencjalni kandydaci komunikują w sieci chęć zmiany pracy, bądź potrzebę jej znalezienia. Piszą o swoich kwalifikacjach i oczekiwaniach. Możemy znaleźć te wypowiedzi wpisując, jako monitorowane frazy, np.: „szukam pracy”, „poszukuję pracy jako (i tu nazwa stanowiska)” i szybko zareagować. Dział HR będzie mógł się skontaktować z kandydatem, co znacząco oszczędzi czas i umożliwi kontakt, zanim zrobi to konkurencja.

Artykuł pyro na forum.php.pl

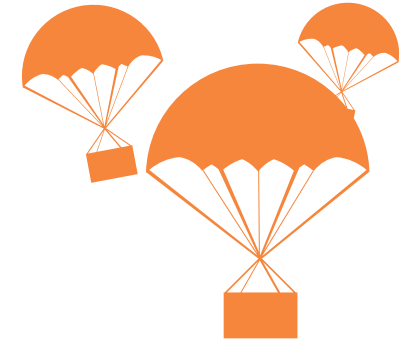
pyro na forum.php.pl

19 października 2017 13:04 (2 miesiące temu)

[Link](#)

Heyo! Wiem, że na tym forum też się przewijają interesujące głowy, więc napiszę Doświadczony **programista** dołączy do zgranego zespołu, który dba o jakość wytwarzanego oprogramowania. CZEGO **SZUKAM**? - Zespołu, do którego mógłbym dołączyć, a gdzie niedoceniany teamwork to nie jest tylko ładny slogan na plakat. Okazuje się, że ma on kolosalne znaczenie przy robieniu produktów - Pracy przy interesujących, złożonych projektach - Drużyny, która dba o jakość tego co wytwarza oraz ciągle szuka nowych rozwiązań oraz możliwości ulepszenia tego co robi. Tak, ja też jeżdżę na konferencje typu 4Developers, PHPCon, PHPers, itd. :-) - Kogoś, kto już na wstępie opíše czym się zajmuje - Myślę, że warto też przy okazji wspomnieć, że nie **szukam** pracy przy projektach opartych na Wordpress, Magento i tym podobnych CO OFERUJĘ? / ZNAJOMOŚĆ: - Ponad 5-cio letnie doświadczenie komercyjne - Biegłą znajomość angielskiego w mowie i piśmie (pracowałem przez ponad 2 lata dla firm stacjonujących w Londynie) - Komunikatywność, teamwork (and I mean it) - HTML5 / CSS3 - PHP5/7 - SQL: MySQL, PostgreSQL - NoSQL: Memcache(d), Redis, MongoDB, Elasticsearch - Frameworki: Symfony(3), Yii - JS, **jQuery** - Gulp, webpack, npm - Composer - Kolejki: Amazon SQS, RabbitMQ - Wirtualizacja / deployment: Głównie opierałem się

4. Zwalcz kryzys zanim się rozwinie



W Internecie pojawiają się niekorzystne komentarze opublikowane przez byłych pracowników lub osoby postronne. Monitoring wychwyci wpisy, które zagrażają wywołaniem sytuacji kryzysowej.

Przykład:

Niezadowolony pracownik tworzy na kilku serwisach posty oczerniające byłego szefa. Na niektórych pojawia dyskusja, która wpłynie na postrzeganie firmy przez kandydatów do pracy. Wtedy narzędzie monitorujące wysyła alarm, informując o tym pracodawcę. Pozwala to na natychmiastową reakcję i zażegnanie sytuacji kryzysowej.

mobbing ▾



Źródła (2) ▾

Wydzwięk ▾

Zasięg ▾

Ekwiwalent ▾

Metadane ▾

Płeć ▾

23.10 - 22.11 ▾

Statystyki

Publikacje

Opcje widoku:



Eksportuj jako:

Plik .xlsx ▾

Wpis Gosc na forum.gs24.pl

14 listopada 2017 19:37 (8 dni temu)

<http://forum.gs24.pl/temat-tabu-czy-cenzura-t78350/#entry478567>

Gosc na forum.gs24.pl

"Onet" informuje: "Mobbing i partyjność w Polskim Radiu? Dziennikarze zabierają głos. Lista osób zwolnionych oraz takich, którym nie przedłużono umów w Polskim Radiu Szczecin jest długa. Wśród nich najbardziej znane w Szczecinie nazwiska: Chaciński, Pyrek, Molenda.". O konflikcie dziennikarzy Radio Szczecin z redaktor...

2

Wydzwięk: Neutralny

Płeć: ?

Źródło: Fora

Pokaż wątek

Pobierz

5. Analizuj i wyciągaj wnioski



Samo zebranie informacji nie wystarczy. Firmy monitorujące oferują raporty, które w przejrzysty sposób pokazują, jaki wizerunek ma Twoja firma oraz jej konkurencja. Bez konieczności wczytywania się w tysiące wzmianek. Gotowy raport pokazuje w którym miejscu są braki, a gdzie jesteśmy lepsi od konkurencji.

Przykład:

Firma zleca wykonywanie raportów wizerunkowych swojej marki i jej największych konkurentów. Dzięki niemu poznamy nasze mocne oraz słabe strony. Odpowiednie wykorzystanie tych informacji pozwoli na zaplanowanie działań marketingowych.



Źródła (7)

Wydźwięk

Zasięg

Ekwiwalent

Metadane

Płeć

07.11.2017 - 06.12.2017

Publikacje / Zasięg

PUBLIKACJE

▼ 0% 536

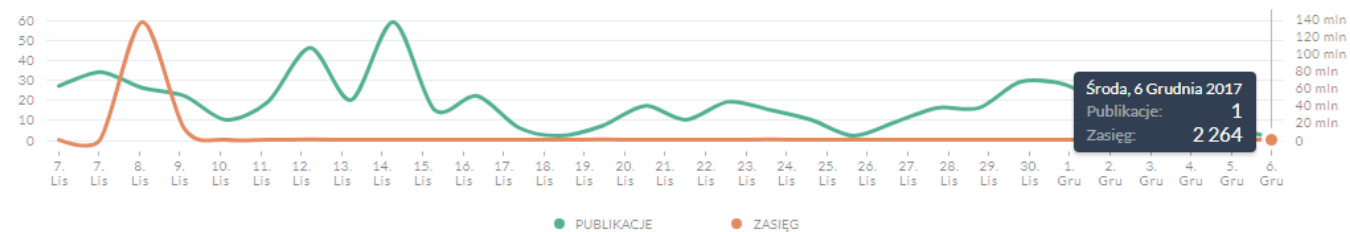
ZASIĘG

▲ 1431% 150,6 mln

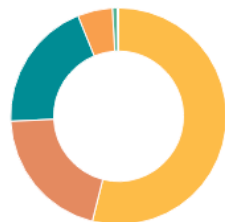
EKWIWALENT

▲ 2248% 28,2 mln

Publikacje / Zasięg



Źródła

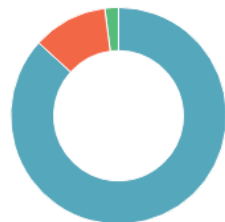


SPÓŁCZNOŚCI	53,92% (289)
FORA	20,34% (109)
PORTALE	19,59% (105)
ZDJĘCIA	0,19% (1)
MIKROBLOGI	5,22% (28)
FILMY	0,75% (4)

Najpopularniejsze strony

1. Facebook	289
2. telepolis.pl/forum/	45
3. Twitter	27
4. wizaz.pl	18
5. Telepolis.pl	17
6. ekobiety.pl	11
7. telepolis.pl - portal	9
8. Telix.pl	6

Wydźwięk



NEUTRALNY	86,75% (465)
NEGATYWNY	11,19% (60)
POZYTYWNY	2,05% (11)

POZYTYWNE

▼ 15% 11

NEGATYWNE

▲ 22% 60

Płeć



NIEOKREŚLONA	83,02% (445)
KOBIETY	8,77% (47)
MĘŻCZYŹNI	8,21% (44)

MĘŻCZYŹNI

▲ 10% 44

KOBIETY

▲ 31% 47

A black and white photograph of a laptop computer on a textured surface, possibly a table or desk. In front of the laptop is a white sheet of paper with a pen resting on it. The background shows a window with a view of a city with many buildings.

Employer branding

Jest bardzo istotny w dzisiejszych czasach. Kandydaci chcą poznać swojego przyszłego pracodawcę zanim podpiszą z nim umowę. Dzięki monitoringowi mediów firma sama może znaleźć kandydatów, zadbać o swój wizerunek, jako pracodawcy oraz natychmiast reagować na sytuacje kryzysowe. Zebrane dane pozwalają dowiedzieć się, jak jest postrzegana i co można zrobić, aby działania w zakresie employer branding były skuteczniejsze.



„Umiejętne wykorzystanie narzędzi do monitorowania słów kluczowych daje ogromne pole do popisu nie tylko marketerom, ale również specjalistom ds. HR i Employer Brandingu. Z jednej strony analiza opinii zamieszczonych przez pracowników w sieci może być sygnałem do wdrażania zmian na lepsze w danej organizacji. Ale monitoring mediów może nam również pomóc w planowaniu i egzekucji działań skierowanych do potencjalnych kandydatów. Im lepiej poznamy potrzeby i preferencje naszej grupy docelowej, tym skuteczniej dotrzemy do nich z naszymi komunikatami o charakterze rekrutacyjnym.”



- Jacek Krajewski

AUTOR BLOGA WWW.JACEKKRAJEWSKI.PL

BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER W EMPLOCITY



„Na przestrzeni kilku ostatnich lat HR bardzo mocno się digitalizuje. Zarówno procesy rekrutacji, jak i employer branding wymagają obecnie narzędzi, które do tej pory służyły wyłącznie e-commerce. Dziś do pozyskiwania kandydatów wykorzystuje się m.in. performance marketing, marketing automation czy chatboty, a profile kandydatów dopasowują do ofert systemy oparte o machine learning. To oznacza, że również ocenę pracy HR i skuteczności EB można oprzeć o narzędzia ze świata digital. Efekty kampanii wizerunkowych możemy oceniać np. po zasięgach czy zaangażowaniu użytkowników w treści, a zadowolenie pracowników śledzić dzięki monitoringowi sieci. Dzięki temu możemy skuteczniej budować wizerunek naszej marki i sprawniej reagować na to, co dzieje się wokół niej”.



- Aleksandra Jarońkiewicz
HEAD OF DIGITAL W FIRMIE CONNECTIS



„Przestrzeń do wymiany informacji na temat marki pracodawcy jest ogromna, dlatego tak ważne jest monitorowanie rynku oraz odpowiednie reagowanie na pozyskane treści, a przede wszystkim opinie. Wiedza ta może okazać się kluczowa w procesie budowania lub wzmocnienia wizerunku pracodawcy, jak również może stanowić inspirację do wdrażania nowych działań wspierających m.in. procesy rekrutacyjne czy też szybszą identyfikację potencjalnych sytuacji kryzysowych. Jest to istotne ze względu na zmiany zachodzące na rynku pracy, trudności z pozyskiwaniem kandydatów, a także coraz większe znaczenie wizerunku pracodawcy, bowiem, jak podają badania dla wielu obecnych i przyszłych pracowników, zarówno marka pracodawcy, jak i działania EB, są ważnym motywatorem, wpływają na większą identyfikację z miejscem pracy oraz stanowią o jej prestiżu.”



- Jola Jędrysek

PR MANAGER W BENEFIT SYSTEMS SA



„Narzędzia monitorujące, co na temat firmy mówi się w internecie, zwłaszcza w mediach społecznościowych, powinny być rozważone przez każdego specjalistę zajmującego się wizerunkiem organizacji, w tym zwłaszcza wizerunkiem organizacji jako pracodawcy. Narzędzie takie może być pomocne nie tylko w wychwyceniu potencjalnego źródła kryzysu wizerunku, ale też w szerszej analizie wizerunku organizacji.”



- Paweł Zdziech

RECRUITMENT & COMMUNICATION MANAGER W FIRMIE 7N



Czy firmy tego chcą, czy nie, pracownicy piszą o nich w mediach społecznościowych. A zasięgi, które generują ich posty dotyczące produktów, usług czy warunków pracy są znacząco większe i bardziej angażujące niż wpisy na oficjalnych kontach marek i pracodawców. Szacuje się, że co 2 pracownik zamieszcza w sieci posty, zdjęcia czy filmy o swoich pracodawcach, ponad 1/3 z nich pisze o pracodawcach nie będąc do tego nakłanianym, a 16% otwarcie krytykuje swoje miejsce pracy w sieci. Monitoring Internetu pozwala z jednej strony poznać elementy firmowej codzienności, które są dla pracowników atrakcyjne i budują ich zaangażowanie, a z drugiej wyłuskać potencjalne sytuacje kryzysowe. Bardzo często mają one swój początek w negatywnych, często nieprawdziwych komentarzach pozostawionych w sieci bez komentarza pracodawcy.



- Maja Gojtowska

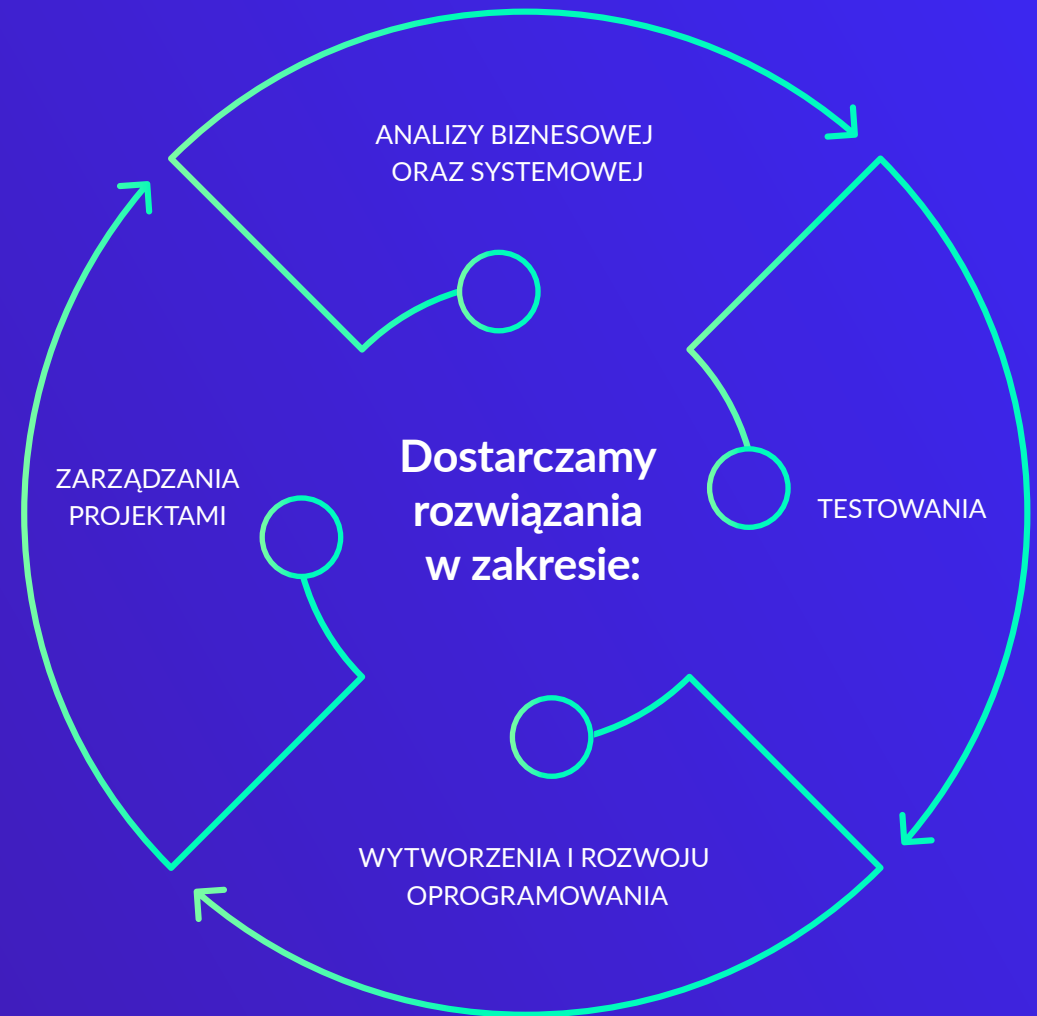
EKSPERT DS. KOMUNIKACJI HR I EMPLOYER BRANDINGU,
ZAŁOŻYCIELKA GOJTOWSKA.COM

Partnerzy:

Connectis_

Connectis_ jest spółką technologiczną. Dostarczamy rozwiązania w zakresie: analizy biznesowej oraz systemowej, wytworzenia i rozwoju oprogramowania, testowania, a także zarządzania projektami. Możesz nas zaangażować na każdym etapie projektu.

Współpracujemy z liderami branżowymi w całej Europie, szczególnie z sektora finansowego, IT, konsultingowego, ubezpieczeniowego, energetycznego oraz telekomunikacyjnego. Nasi specjaliści codziennie wspierają ich w projektach informatycznych.

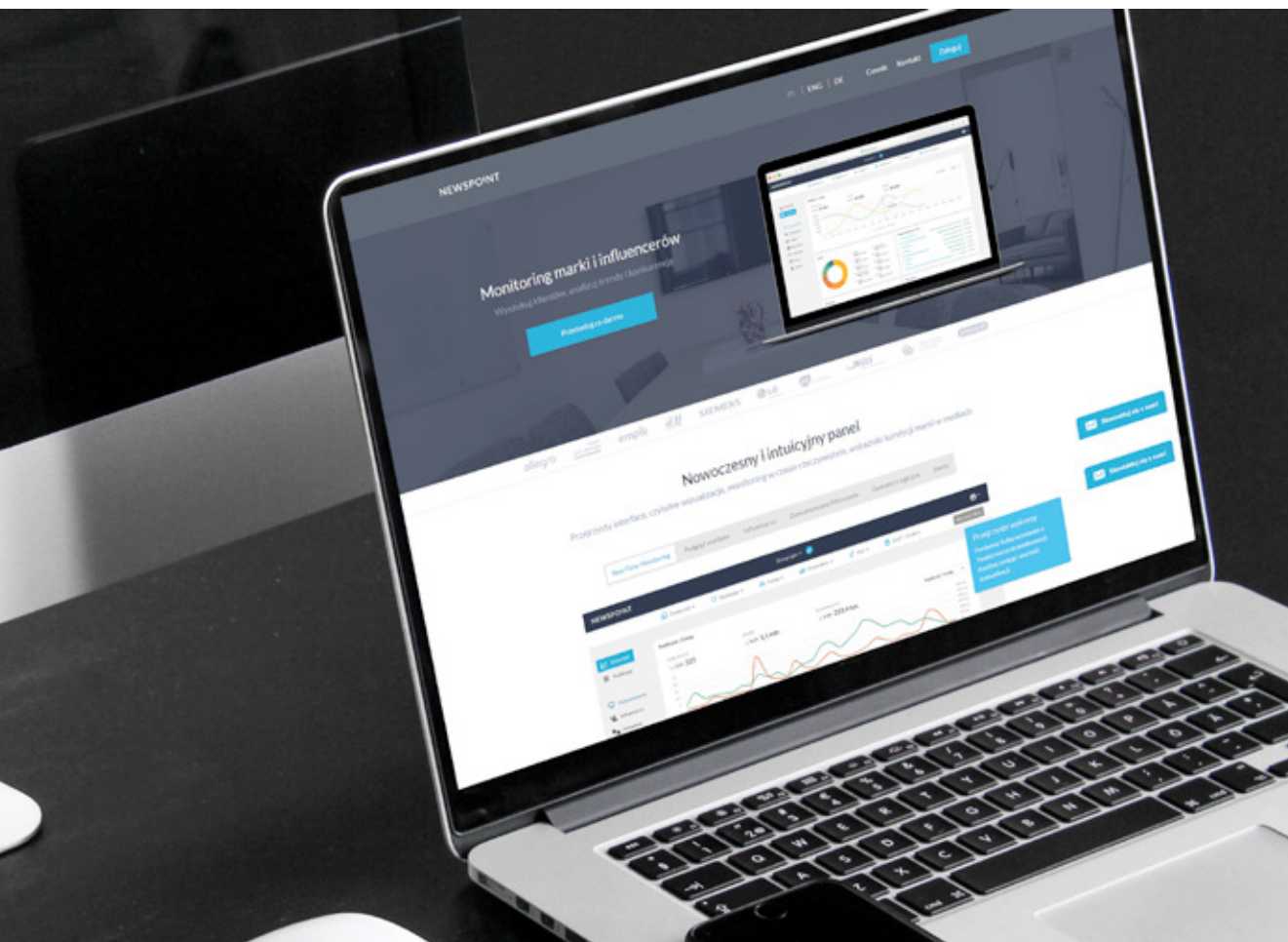




Mamy pracę w... aplikacji! Jobsquare.

Jobsquare, to pierwsza polska mobilna aplikacja do rekrutacji w modelu ekonomii na żądanie. Umożliwia natychmiastowy kontakt pracodawców i pracowników w duchu takich narzędzi jak Uber bądź Tinder. Aplikacja stworzona została z myślą o rekrutacji w prostych zawodach. Z Jobsquare korzysta obecnie 200 tys. użytkowników w Polsce i zagranicą. Z aplikacji korzystają m.in. takie firmy jak McDonald's, KFC, czy BP. W ramach Jobsquare działają także dwa programy wspierające pracodawców i rozwój standardów pracy – Rekomendowany Pracodawca i Mobilni Doradcy HR.





Kontakt



ul. Zygmunta Słomińskiego 5/104,
00-195 Warszawa

(22) 415 59 96
kontakt@newspoint.pl

www.newspoint.pl