

Nenovērtē par zemu darba devēja zīmola nozīmi!

2/17/24



PwC Latvija darba devēja zīmola
speciāliste
Patrīcija Rauza

Darbspēka tirgū cīņa par labākajiem darbiniekiem nekad nav bijusi tik sīva kā šobrīd. Efektīva darba devēja zīmola stratēģija, kas pieskaņota jūsu uzņēmuma vērtībām, kultūrai, darba videi un labumu grozam, palīdzēs jums apsteigt konkurentus. Uzņēmumi ar spēcīgu darba devēja zīmolu ne tikai piesaista vairāk amata pretendentu, bet arī pieejamais loks ir augstākas kvalitātes, līdz ar to uzlabojas atlase un samazinās darbinieku mainība.

Kāda ir darba devēja zīmola loma rekrutēšanā?

Piesaistīt labākos darbiniekus kļūst arvien grūtāk sīvās konkurences dēļ. Pētījumi rāda, ka 46% rekrutētāju savu lomu saredz vairāk kā mārketingu, jo cilvēki kļūst arvien izvēlīgāki attiecībā uz to uzņēmumu darba kultūru un reputāciju, kuros viņi gribētu strādāt. Spējīgi darbinieki izvēlas uzņēmumus, kas palīdzēs viņiem veidot karjeru, tāpēc laba reputācija var ietekmēt viņu lēmumu pieteikties. Darba meklētāji apzinās, ka viņu uztvere un tirgus vērtība būs atkarīga no tā uzņēmuma reputācijas, kurā viņi strādā. Tas nozīmē, ka uzņēmumiem, kam labas reputācijas veidošana un uzturēšana ir prioritāte, palielinās izredzes piesaistīt labākos darbiniekus.

Kāda ir darbinieku loma zīmola atpazīstamības veidošanā?

Mūsdienu digitālajā laikmetā informācija sociālajos tīklos tiek publicēta zibenīgi. Ātri izplatās arī runas, un darbinieku teiktajam par savu uzņēmumu ir būtiska loma, veidojot priekšstatu par to kā darba devēju. Darba devēja zīmola jēga ir radīt pozitīvu un pārliecinošu tēlu, kas rezonē ar potenciāliem kandidātiem un, vēl svarīgāk, ar pašreizējiem darbiniekiem. Ja viņi jūtas apmierināti un uzņēmumam piederīgi, tad palielinās varbūtība, ka viņi uzrādīs labākus rezultātus, ieteiks uzņēmumu savai ģimenei, draugiem un paziņām, un darbosies kā zīmola vēstnieki. Cilvēki uzticas paziņu ieteikumiem vairāk nekā zīmoliem un to reklāmām. Pētījumi rāda, ka darbiniekiem uzticas pat trīsreiz vairāk nekā darba devējiem. Tāpēc ir svarīgi atspoguļot jūsu zīmola vērtības un uzņēmuma kultūru tādā veidā, kas rezonē ar jūsu darbiniekiem.

Darba devēja zīmola atbilstība darbinieku cerībām un pieredzei

Viena iespēja ir veikt darbinieku aptaujas. Aptauja palīdz jums ievākt informāciju no darbiniekiem, lai saprastu, kā viņi uztver jūsu uzņēmumu, tā kultūru un vērtības, kā arī ļauj viņiem izstāstīt savu pieredzi. Aptaujas rezultāti var palīdzēt jums gūt priekšstatu par uzņēmuma unikālajām iezīmēm, kas to atšķir no konkurentiem un kuras var izmantot darba devēja zīmola stratēģijas izstrādē. Otra iespēja ir nevis ievākt anonīmas individuālas atbildes, bet organizēt darbinieku fokusgrupas. Šādās grupās dažādu nodaļu darbinieki ar dažādu pieredzi un lomām var sanākt kopā un savstarpēji mijiedarboties. Šis formāts sniedz kvalitatīvus datus, jo dalībnieki izstāsta savu personīgo pieredzi un padziļināti izpēta dažādus viedokļus un attieksmi.

Darba devēja zīmols pievieno vērtību ilgtermiņā

Investēšana darba devēja zīmolā atspoguļo uzņēmuma apņemšanos sekmīgi darboties nākotnē. Tādi pasākumi kā darbinieku aptaujas, intervijas, sociālo tīklu aktivitātes un zīmola vēstnieku programmas diez vai izraisīs pēkšņu amata pretendentu skaita pieaugumu, jo cilvēku uzticība rodas ar laiku un uzņēmumam ir jāveido laba reputācija. Tomēr ilgtermiņā investēšana darba devēja zīmolā var pavērt jaunas iespējas un nodrošināt spēcīgu zīmola atpazīstamību.