



PR-Технологии в формировании имиджа компании как работодателя

Выполнила:

Мансурова Юлия Юрьевна

Научный руководитель:

Чурилин Александр Александрович



ЦЕЛЬ, ЗАДАЧИ

Цель – изучение использования PR технологий в области формирования положительного имиджа работодателя на рынке труда.

Задачи:

1. Рассмотрение теоретических основ использования PR технологий в формировании имиджа компании как работодателя,
2. Анализ имиджа компании «Саб Системс» как работодателя,
3. Разработка путей совершенствовании имиджа компании как работодателя.



Теоретические основы формирования имиджа компании как работодателя

Понятие и этапы формирования положительного имиджа:

Имидж – индивидуальный облик или ореол, создаваемый средствами массовой информации, социальной группой или собственными усилиями личности в целях привлечения к себе внимания

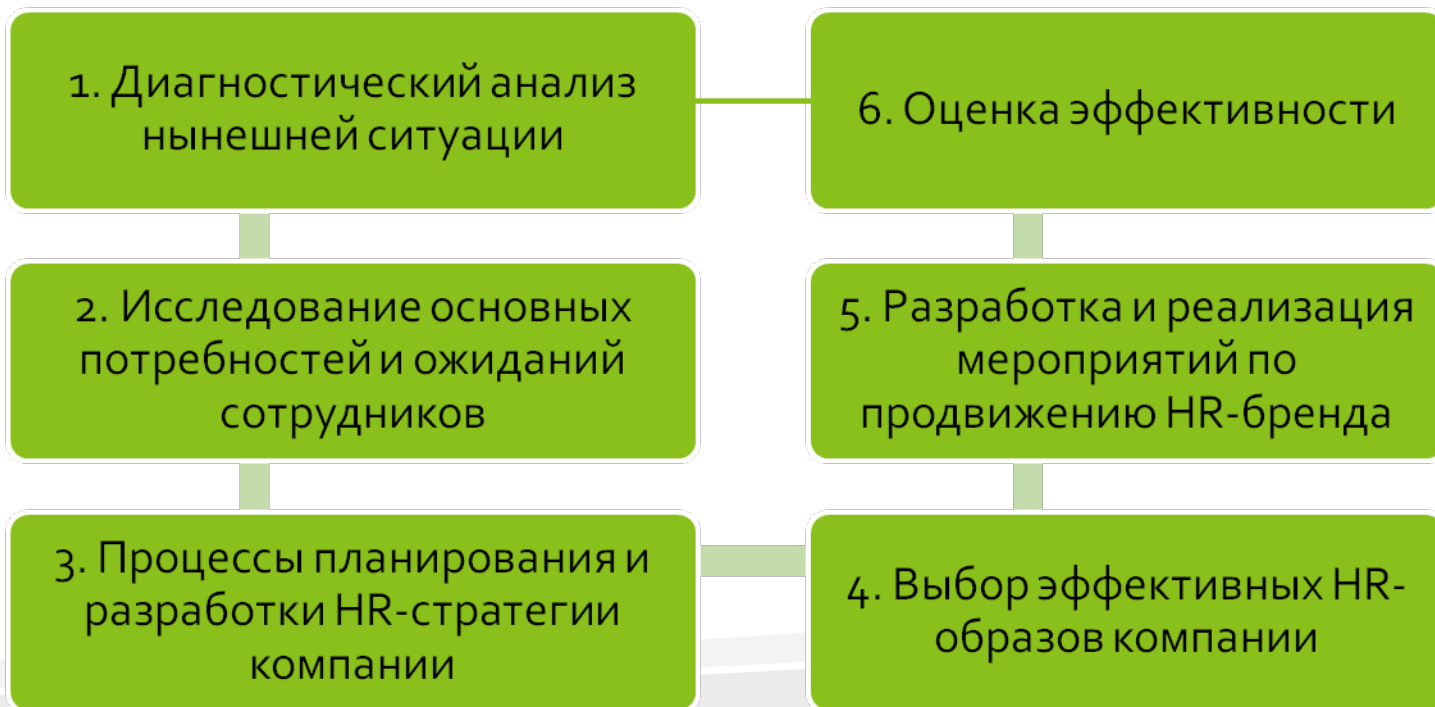
Средства формирования имиджа:

- Позиционирование.
- Манипулирование.
- Мифологизация.
- Эмоционализация.
- Формат.
- Вербализация.
- Детализация.
- Дистанцирование.
- Визуализация.

Теоретические основы формирования имиджа компании как работодателя

Анализ факторов, влияющих на формирование стратегии позиционирования компании:

Формирование HR-бренда



Теоретические основы формирования имиджа компании как работодателя

Применение и классификация PR-технологий в маркетинге персонала:



**Методологически правильная
процедура аттестации
персонала**



**Технологически
обеспеченная обратная
связь между сотрудниками
и топ-менеджментом**



**Регулярные встречи
топ-менеджмента с
сотрудниками и их интервью
персоналу через
корпоративные СМИ и
Инtranет-портал для
разъяснения HR-политики**

Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Характеристика компании как работодателя:



SUB SYSTEMS LLC

Общие сведения:

«Саб Системс» - это IT-компания, которая ведет веб-проекты, начиная от создания концепции и разработки проекта и заканчивая дальнейшим его продвижением и поддержкой.

Миссия:

Компания каждый проект доводит до того состояния, когда он не только устраивает клиента, но и нравится самим сотрудникам компании!



Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Характеристика компании как работодателя:

Средний оклад **системного администратора** Windows в компании составляет 38-44 тыс. рублей, а Москве – 47-55 тыс. рублей. Повышение оклада в 1,5-2 раза уже после 2-х лет работы.

Специалисты службы технической поддержки получают от 35 до 37 тыс. в Москве и от 26 до 30 тыс. в «Саб Системс». Отличная стартовая площадка для карьеры в компании; повышение оклада уже спустя полгода.

Среднее зарплатное предложение **для менеджера по работе с клиентами** в Москве составляет 52 тыс. рублей, в «Саб Системс»- 40 тыс. руб. Максимальный заработок менеджеров по продажам в Москве на сегодняшний день составляет 130 тыс. рублей, в «Саб Системс» – 110 тыс. рублей.



Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Определение и анализ целевой аудитории, сегментация рынка труда:

Выпускники ВУЗов
инструменты воздействия

- создание положительных эмоций с помощью визуальных образов.
- «дни открытых дверей».
- общение «онлайн» с руководством ИТ-компании.
- Участие в «важных» проектах.
- Решение кейсов.

Опытные сотрудники
инструменты воздействия

- донести до кандидатов преимущества компании как работодателя.
- сделать это быстрее, четче и убедительнее.
- «работа с возражениями».



Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Определение и анализ целевой аудитории, сегментация рынка труда:

Ошибки внутрикорпоративного PR:

- Выдвинутые лозунги так ими и остаются.
- Строятся неэффективные коммуникационные каналы.
- Не ведется работа со слухами.
- У сотрудников нет единого представления о своей организации.
- Персонал не знаком с информацией, которая выносится во внешнюю среду.
- Распространяется информация, малоинтересная для персонала или вовсе не предназначенная для него.
- Руководство общается с персоналом только в кризисные моменты.
- Технологии внутреннего PR выбираются без учета размеров и бизнеса «Саб Системс».

Не заработная плата, а наличие структурированных определенным образом льгот оказывают влияние на формирование позитивного отношения сотрудника к «Саб Системс».



Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Определение и анализ целевой аудитории, сегментация рынка труда:

1. Назовите, пожалуйста, три фактора, наиболее значимых для вас в работе:

- первое место занял достойный уровень оплаты труда.
- второе – разделили два фактора: интересная работа и хорошие условия труда.
- третье – продвижение по карьерной лестнице.

2. Проранжируйте факторы из таблицы, влияющие на мотивацию персонала.

Создание карты мотиваторов: 8 факторов, которые затем разбили на две подгруппы – «в отделе» и «в организации».

3. Оцените по 10-балльной шкале текущую ситуацию в компании.

Показательна оценка утверждения «Если моему работодателю потребуется помощь, я с радостью окажу ее». Это говорит о лояльности персонала к компании.



Формирование положительного имиджа компании как работодателя на примере компании ООО «Саб Системс»

Выбор и реализация стратегии создания имиджа привлекательного работодателя в лице компании «Саб

1. Попасть в список потенциальных работодателей.

- *«Всегда есть вакансии».*
- *«Собеседование со всеми желающими».*

2. Последовательно создавать позитивное отношение к компании у ИТ-специалистов

- *Выплата вознаграждения за каждого привлеченного специалиста.*
- *Гарантия формирования «своих» команд.*
- *Корректное увольнение.*

3. Произвести на кандидата положительное впечатление

- *Личный контакт.*
- *Пунктуальность.*
- *Честность и согласованность.*
- *«Растянутые» технические собеседования.*



PR-Технологии в формировании имиджа компании как работодателя

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ!