

# Построение и продвижение HR-бренда компании с помощью инструментов PR

Для достижения максимально эффективных результатов при работе с людьми современным специалистам по HR необходимо овладеть искусством коммуникаций с целевыми аудиториями на продвинутом уровне, научиться делать это так, как взаимодействуют с аудиториями профессиональные пиарщики, научиться смотреть на бренд работодателя (HR-бренд) как на продукт, который можно «пропиарить» и продать своим целевым аудиториям — кандидатам, сотрудникам и окружению бизнеса. Вы можете научиться использовать в работе интегрированную технологию PR+HR на авторском курсе Натальи Рушкевич, петербургского практика в области внешних и внутренних корпоративных коммуникаций.

## Расписание

**Город:** Санкт-Петербург

**Дата:**

- 7 – 9 августа `19
- 18 – 20 ноября `19
- 17 – 19 февраля `20
- 13 – 15 мая `20

---

В результате обучения вы:

- научитесь применять классические и современные PR-технологий для целей HR
- узнаете, как создавать привлекательный корпоративный контент, которым заинтересуются кандидаты и сотрудники
- сможете развивать HR-бренд в digital-среде и отстраиваться от конкурентов
- научитесь создавать стратегические схемы и придумывать «хитрые ходы» для продвижения HR-бренда ресурсами самих же сотрудников
- будете думать и действовать в любой нестандартной ситуации как коммуникатор по принципу win-win, смотря на свою работу под другим углом
- сможете находить «точки контакта» при взаимодействии кандидатов и сотрудников с компанией
- научитесь составлять «дорожные карты» сотрудников и кандидатов
- проанализируете, как коммуникация с сотрудниками и кандидатами влияет на HR-бренд компании и на бизнес в целом

Следующие темы возможно изучить отдельно: □

[Использование инструментов PR в HR-брендинге](#)

[Управление опытом кандидатов и сотрудников](#)

---

## Программа семинара

### День 1

#### HR-бренд — основные понятия

- Что такое HR-бренд и для чего он нужен компании
- Цели HR-брендинга в рамках бизнеса. Определяем цели и выбираем инструментарий
- PR+HR. Интеграция технологий для построения сильной системы корпоративных коммуникаций

#### Построение HR-бренда компании для разных целевых аудиторий

- Исследование действующих HR-процессов, корпоративной культуры и системы коммуникаций в компании с внешними и внутренними целевыми аудиториями HR-бренда
- Разработка EVP (employment value proposition — ценностное предложение работодателя)
- HR-бренд для действующих сотрудников: каналы коммуникаций, ключевые сообщения, PR-инструментарий
- HR-бренд для соискателей: каналы коммуникаций, ключевые сообщения, PR-инструментарий
- HR-бренд для других целевых аудиторий (инвесторы, партнёры, дилеры, родственники сотрудников и др.). Как работать с «косвенными» целевыми аудиториями и почему важно не забывать про них
- Стратегическая платформа HR-бренда компании

#### Разработка документов, материалов и проектов для работы с HR-брендом

- Коммуникационная политика в области работы с персоналом
- HR бренд-бук. Визуализация, креативная часть, контент
- Корпоративный кодекс сотрудника (деловая и профессиональная этика)
- Кодекс сотрудника компании в социальных сетях. Соглашение о конфиденциальности (NDA). Разработка программы тренинга по корпоративным коммуникациям для сотрудников
- Welcome-тренинг. Разработка программы, тонкости проведения мероприятия
- Welcome-бук, или Книга нового сотрудника. Содержание, оформление, способ использования
- Лайфхаки для комфортного первого рабочего дня сотрудника. Прорабатываем регламент

#### Digital HR-бренд. SMM для HR

- Карьерная страница или отдельный карьерный сайт
- Оформление страницы на job-сайте, интересное описание вакансий

- Как вести открытую группу для соискателей в социальных сетях? Выбор площадок
- Как вести закрытую группу в выбранной соцсети для сотрудников. Контент и работа с обратной связью

Практикум-кейс «HR-бренд и корпоративный бренд компании. Влияние брендов друг на друга. Находим и устраняем угрозы, ищем новые возможности для развития»

## День 2

### Использование инструментов PR в HR-брендинге. Внутренние коммуникации

- Каналы коммуникации с сотрудниками. Построение системы внутренних коммуникаций в компании
- Основные инструменты внутреннего PR. Типы и каналы коммуникаций
  - Что читают сотрудники? Контент. Письменные онлайн- и офлайн-коммуникации
  - Где «сидят» сотрудники? Интранет, корпоративные мессенджеры, чат-боты, электронная почта, социальные сети
  - Что видят сотрудники? Визуальные онлайн- и офлайн-коммуникации
  - Что слышат сотрудники? Аудио- и видеокommunikации
  - Как и с кем общаются сотрудники? Event. Коммуникации через любые виды мероприятий
  - Что ощущают сотрудники? HR фен-шуй. Работа, на которую хочется идти каждый день

### Продвижение HR-бренда ресурсами сотрудников

- Продвижение HR-бренда «руками сотрудников» внутри компании. Выбор и возвращение агентов влияния. Работа с разными типами активистов
- Продвижение HR-бренда «руками сотрудников» во внешней среде. Как сделать так, чтобы сотрудники сами пиарили компанию (выступали спикерами, писали экспертные комментарии и продвигали бренд в бизнес среде). PR изнутри наружу
- Обучение и подготовка корпоративных PR-агентов HR-бренда. Как и где они могут это делать?
- PR-первого лица и топ-менеджмента для продвижения HR-бренда.

### План и бюджет. Анализ эффективности. Работа с обратной связью

- План мероприятий на год, основные и необходимые статьи расходов. Малобюджетные способы внутреннего PR и продвижения HR-бренда
- Опросы сотрудников. Как провести и получить достоверную информацию. Что измерять?
- Возврат инвестиций на HR-брендинг (ROI — return on investment)
- Обратная связь: внутри и снаружи компании. Контроль информационных потоков

### Работа специалиста по HR-брендингу и коммуникациям

- Портрет работодателя и его политика в области управления персоналом

- Соблюдение компанией Трудового Законодательства. Условия труда для персонала
- Взаимодействие с внутренним заказчиком
- Практика взаимодействия коммуникатора с другими департаментами
- Личные качества специалиста по HR-брендингу. Знания и навыки

Практикум «Планирование и бюджетирование в рамках работы менеджера по HR-брендингу в компании»

## День 3

### Новый подход к работе с сотрудниками и кандидатами

- Новый подход к работе с сотрудниками и кандидатами. Сотрудники и кандидаты как клиенты HR-функции и компании в целом
- Маркетинговая практика: клиентский опыт (customer experience)
- Что такое опыт кандидата (candidate experience) и опыт сотрудника (employee experience)? Позитивный и негативный опыт
- Принципы клиентского сервиса при работе с сотрудниками и кандидатами
- Трансформация HR-привычек компании. Меняем подход: от важности роли сотрудника в жизни компании к важности роли компании в жизни сотрудника
- С какими трудностями может столкнуться HR в процессе изменений? Как их предвидеть и избежать?

### Управление опытом кандидата

- Опыт кандидата. Исследование коммуникаций кандидата с компанией
- Определяем точки контакта с кандидатом. Находим «горячие» точки, устраняем коммуникационные разрывы в процессе найма
- Путь кандидата (дорожная карта). От первого «касания» с компанией до приема в штат
- Управление опытом кандидата в случае отказа в работе. Как сгладить острые углы с помощью инструментов PR и грамотных коммуникаций. HR с человеческим лицом

### Управление опытом сотрудника

- Переход от исследования вовлеченности сотрудников к их впечатлениям от работы в компании
- Параметры, определяющие опыт сотрудника: профессиональные задачи, руководитель и коллектив, бытовые условия, оплата труда, возможности развития, исследование NPS на предмет «ожидание-реальность» и т.д.
- Путь сотрудника (дорожная карта). От прихода в штат до увольнения

Практикумы:

- Составление карты коммуникаций с кандидатами, выявление точек контакта

- Разработка плана коммуникаций HR с отделом маркетинга или PR в компании. Выявление точек пересечений
- 

## Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **34400 руб.** с учетом всех налогов.

**В стоимость обучения входит:**

- Комплект авторских материалов
  - Кофе-паузы, обеды
  - [Сертификат Moscow Business School](#)
  - [Удостоверение о повышении квалификации\\*](#)
  - [Диплом о профессиональной переподготовке\\*\\*](#)
- 

## Преподаватели семинара

- **Рушкевич Наталья Александровна**

Практикующий специалист в области внешних и внутренних коммуникаций, консультант по стратегическому PR-планированию и HR-брендингу