

Использование инструментов PR в HR-брендинге

HR-бренд — это один из инструментов повышения эффективности бизнеса.

HR-бренд позволяет привлекать с рынка наиболее ценные кадры с наименьшими затратами, дает возможность реализовывать всевозможные программы высокопотенциальным и обычным сотрудникам, осознанно управлять стратегией работы с людьми, доносить ключевые ценности компании до целевой аудитории, повышать эффективность внутрикомандного взаимодействия, вовлекать сотрудников в новые проекты.

Вы можете научиться использовать в работе интегрированную технологию PR+HR на авторском курсе Натальи Рущкевич, петербургского практика в области внешних и внутренних корпоративных коммуникаций.

Внимание! Вы можете посетить полный курс [«Построение и продвижение HR-бренда компании с помощью инструментов PR»](#)

Расписание

Город: Санкт-Петербург

Дата:

- 16 – 17 сентября `20
- 10 – 11 ноября `20
- 2 – 3 февраля `21

В результате обучения вы:

- научитесь применять классические и современные PR-технологии 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
-

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, партнеры, 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»

Стоимость участия

Стоимость участия в семинаре составляет **26400 руб.** с учетом всех налогов.

В стоимость обучения входит:

- Комплект авторских материалов
 - Кофе-паузы, обеды
 - [Сертификат Moscow Business School](#)
 - [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