
Spis treści

O autorze	7
Podziękowania	9
Wstęp	11
Rozdział 1. Wprowadzenie do idei employer branding	13
1.1. Rys historyczny – employer branding dawniej i dziś. Zmiany w podejściu do narzędzi wizerunkowych w świetle ostatnich przemian gospodarczo-ekonomicznych	15
1.2. Kontekst socjologiczny – nowe generacje nowymi wyzwaniami dla pracodawców	21
1.3. Trendy w Polsce oraz na świecie. Dokąd zmierzamy i dlaczego?.....	30
1.4. Główne obszary zainteresowań ekspertów od employer branding.....	34
Rozdział 2. Ujęcie employer branding w strategii organizacji.....	39
2.1. Proces budowania strategii	40
2.2. SWOT EB – uważnie przyjrzyj się swojej firmie	43
2.3. Zwrot z inwestycji w employer branding. Jak zmierzyć, policzyć i sprawdzić skuteczność naszych działań?	46
2.4. Analiza wizerunku firmy na podstawie monitoringu mediów.....	48
Rozdział 3. Najważniejsze obszary employer branding wewnątrz przedsiębiorstwa.....	51
3.1. Komunikacja wewnętrzna. Czy wiemy co z nią robić?	53
3.2. Implementacja badań satysfakcji, zaangażowania i ocen pracowniczych i ich wpływ na zasoby ludzkie	64
3.3. Programy rozwojowe, szkolenia, programy lojalnościowe	69
3.4. Zbudowanie kultury organizacyjnej opartej na wartościach i ich przestrzeganiu w codziennym życiu firmy. Czy to w ogóle możliwe?	74
3.5. Mapowanie stanowisk i planowanie sukcesji – znajdź źródło swojej przewagi konkurencyjnej, opierając się na kluczowych zasobach ludzkich organizacji	76

3.6. Waga motywowania podczas budowania dobrego wizerunku	77
3.7. Jedziemy na teambuilding. Integracja i eventy jako element wizerunku	84
3.8. Pożegnanie z pracownikiem.....	86
3.9. Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna – spójność w budowaniu dialogu z rynkiem pracy	88
Rozdział 4. Employer branding zewnętrzny	92
4.1. Nowe formy komunikacji na rynku. Employer branding w wyszukiwarkach.....	94
4.2. Dobór mediów do grup docelowych.....	108
4.3. Jak komunikować markę pracodawcy, by o niej pamiętano?	111
Rozdział 5. CSR – wymiar pracowniczy społecznej odpowiedzialności biznesu ...	136
Rozdział 6. Wsparcie głównego biznesu firmy jako kluczowy element działań employer brandingowych	142
Rozdział 7. Nowoczesny HR w chmurze.....	145
Rozdział 8. Studia przypadków. Opisy dobrych praktyk prowadzonych przez firmy na polskim rynku	157
8.1. Laboratorium Kosmetyczne Dr Irena Eris	157
8.2. JTI Polska Sp. z o.o.	169
8.3. Kompania Piwowarska SA	182
8.4. BRE Bank SA.....	188
8.5. Mars Polska Sp. z o.o.	202
Zakończenie	211
Literatura	213
Indeks	219