Obsah

Úvod **14**

KAPITOLA I **16**

Obecná teorie ve spojení se strategií náboru **16**

Mikroekonomická teorie **16**

Základy individuální zpětně zakřivené křivky nabídky práce 17

Individuální zpětně zakřivená křivka nabídky práce 17

Předpoklady individuální zpětně zakřivené křivky nabídky práce *19*

Praktická aplikace v oblasti akvizice talentů *19*

Monopson, oligopson a nedokonalá konkurence 20

Monopson a oligopson *20*

Praktická aplikace teorie monopsonu a oligopsonu v oblasti strategie náboru *21*

Odborové svazy 22

Makroekonomická teorie **24**

Míra nezaměstnanosti a datová analýza 24

Typy míry nezaměstnanosti *24*

Praktické využití míry nezaměstnanosti *25*

Aktivní politika zaměstnanosti 27

Obecná teorie strategie **28**

Porterův hodnotový řetězec 28

Globální strategie 30

Závěr k obecné teorii mikroekonomie, makroekonomie a strategie **31**

KAPITOLA II **32**

Fundamentální základy strategie náboru **32**

Pilíře strategie akvizice talentů **32**

Recruitment marketing 34

Touchpointy *36*

Povědomí *37*

Zájem *37*

Úvaha *37*

Nabídka *38*

Talent sourcing 39

Data & Analýza *40*

Strategie sourcingu *40*

Hledání *40*

Oslovování *40*

Selekce 42

Post-selekce 44

Fundamentální graf strategie náboru **47**

Firemní kultura **48**
Definice firemní kultury 48
Důležitost firemní kultury 48
Organizační kultura ve spojení s náborem 50
Employer brand a Employer Value Proposition **50**
Employer Value Proposition 51
KAPITOLA III **54**
Strategie náboru v krátkém období **54**
Krátké období vs. Dlouhé období **54**
Krátké období 54
Dlouhé období 55
Model čtyř pilířů v krátkém období **56**
Persona **57**
Recruitment marketing persona 57
Recruitment marketing persona na základě segmentačního modelu *58*
Jak vytvořit personu a najít data *59*
Talent sourcing persona 60
Candidate journey a candidate experience **61**
Candidate journey pro aktivní kandidáty 61
Candidate journey u pasivních kandidátů 62
Candidate experience 62
Graf čtyř pilířů v krátkém období **63**
Recruitment marketing v krátkém období 63
Popis pozice *64*
Obecné rady pro dobře performující popis pozice *64*
Čemu se vyhnout při tvorbě popisu pozice? *65*
Esenciální části popisu pozice *66*
Proces tvorby popisu pozice *68*
Jiné formy popisu pozice *68*
Recruitment marketing a touchpointy v krátkém období **69**
Pozornost 71
Sociální sítě *72*
Obrázky *72*
Video *74*
Pracovní nabídky *76*
Online eventy *77*
E-mail *78*
Webové stránky *79*
Pracovní portály *79*
Online média a magazíny *80*
Ostatní weby *81*
Search engine marketing a Search engine optimalizace *81*
SEO *82*

SEM 82
Veřejná doprava 83
Outdoor kampaně 84
Billboardy 85
CLV (City light vitrine) 85
Bannery 85
Plakáty 86
Eventy 86
Externí eventy 86
Interní eventy 86
Tištěná média 87
Indoor propagace 87
Referral marketing 88
Doporučení 88
Kreativní touchpointy 89
Zdrojový kód webu organizace 89
Wi-Fi 89
Propagace v kinosálech 89
Televizní reklamy 90
Rádio 90
Facebook Audience Network 90
Zájem 90
Úvaha 92
Webová stránka organizace 92
Nabídka 94
Využití externího poskytovatele 94
Využití interního systému 94
Syntéza touchpointů v krátkém období 95
Remarketing 95
Podobná publika 95
Kombinování 96
Recruitment marketing a měření v krátkém období 97
Recruitment marketing funnel 97
Příklad 1 97
Příklad 2 99
Příklad 3 100
Talent sourcing v krátkém období 102
Data & Analýza 103
Jaké data potřebujeme? 103
Jak najít potřebná data? 103
Strategie sourcingu 105
Hledání 106
Boolean logika 106
Operátor AND 107
Operátor OR 108
Operátor NOT 108

Kombinování modifikátorů a operátorů 109
Modifikátor Závorky 109
Modifikátor Uvozovky 110
X-Ray vyhledávání 110
Operátor [AND] 111
Operátor [OR] 111
Operátor [NOT] 112
Závorky a Uvozovky 112
Modifikátor Asterisk [*] 112
Modifikátor [AROUND(X)] 113
Modifikátor [..] 113
Operátor [site:] 113
Operátor [intitle:] a [allintitle:] 114
Operátor [inurl:] a [allinurl:] 115
Operator [intext:] a [allintext:] 116
Operátor [filetype:] 116
Operátor [cache:] 117
Operátor [related:] 117
X-Ray vyhledávání se zaměřením na LinkedIn 117
Základní řetězec 118
Základní vyhledávání – Odvětví, Lokalita, Jazyk apod. 119
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Xing 121
Základní řetězec 121
Základní vyhledávání 121
X-ray hledání se zaměřením na GitHub 122
Základní řetězec 122
Základní vyhledávání 122
Životopisy na GitHubu 123
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Stackoverflow 124
Základní řetězec 124
Základní vyhledávání 124
Doplňující řetězce 125
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Twitter 126
Základní řetězec 126
Základní vyhledávání 126
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Facebook 126
Základní řetězec 126
Základní hledání 127
X-Ray vyhledávání se zaměřením na jiné weby 128
Custom Search Engine (CSE) 129
Hledání přes LinkedIn Recruiter 129
Operátory a modifikátory v prostředí LinkedIn Recruiter 129
LinkedIn Recruiter filtry 130
Základní filtry 130
Detaily o kandidátech 132
Vzdělání a zkušenosti 133
Organizace 134
Aktivity recruiterů a kandidátů 134

Vyhledávání přes neplacenou verzi LinkedInu ... 135
Operátor [AND] – Praktické rady ... 136
Operátor [OR] – Praktické rady ... 136
Operátor [NOT] – Praktické rady ... 136
Základní filtry ... 137
Skryté operátory v neplacené verzi ... 139
Hledání přes GitHub ... 140
Operátor [location:] ... 140
Operátor [language:] ... 141
Operátor [followers:] ... 141
Operátor [repos:] ... 141
Operátor [filename:] ... 141
Operátor [extension:] ... 142
Kombinování operátorů ... 142
Pokročilé vyhledávání ... 142
E-mailové adresy na GitHubu ... 142
Nástroje pro talent sourcing ... 143
Software pro talent sourcing ... 145
Offline talent souring ... 145
Oslovování ... 146
Kdo oslovuje potenciální kandidáty? ... 146
Jak kontaktovat potenciální kandidáty? ... 146
Online kontaktování ... 147
Offline kontaktování ... 148
Tipy a triky ... 149
Předmět ... 149
Pre-view text ... 149
Jak začít zprávu? ... 149
Zpráva ... 150
Kdy kontaktovat potenciální kandidáty? ... 150
Call to action elementy ... 150
Testování ... 151
Funnely pro talent sourcing ... 151
Selekce ... **153**
Entity v procesu selekce ... 154
Metody v procesu selekce ... 154
Entity v procesu selekce ... 154
Umělá inteligence ... 155
Analýza životopisů ... 155
Speech-to-text AI ... 155
Text-to-speech AI ... 156
AI video interview ... 156
Chatboti ... 156
Testování ... 156
Talent acquisition týmy ... 157
Business ... 157
Třetí strany ... 157

Metody v procesu selekce . . . 158
Preliminární screening . . . 159
Interview . . . 160
Pohovory a data . . . 160
Formy pohovorů . . . 162
Otázky na pohovorech . . . 163
Testování . . . 164
Kognitivní testy . . . 164
Osobnostní testy . . . 165
Znalostní testy . . . 165
Fyzické testy . . . 166
Testovací den . . . 166
Zdravotní prohlídka . . . 166
Assessment centra . . . 166
Verifikace . . . 166
Funnely v procesu selekce . . . 167
Proces post-selekce . . . 169
Zamítnutí kandidátů . . . 169
Kdy zamítnout kandidáty? . . . 170
Kdo zamítne kandidáty? . . . 170
Jak zamítnout kandidáty? . . . 170
Úspěšní kandidáti . . . 171
Post-selekční funnel . . . 171
KAPITOLA IV . . . 173
Strategie náboru v dlouhém období . . . 173
Jak přemýšlet o strategii . . . 173
Identifikace aktuální situace . . . 174
Graf čtyř pilířů v dlouhém období . . . 176
Employer branding v dlouhém období . . . 177
STP model . . . 177
Segmentace . . . 178
Targeting . . . 179
Positioning . . . 179
Touchpointy v dlouhém období . . . 180
Pencils model . . . 182
Re/aktivace brandu . . . 182
Povědomí . . . 183
Povědomí a data . . . 183
Typy Povědomí . . . 184
Pozornost . . . 186
Zájem . . . 186
Úvaha . . . 186
Akce . . . 187
Loajalita . . . 187

Obhajoba . . . 188
Osobní brand . . . 188
Online osobní brand . . . *188*
Offline osobní brand . . . *189*
Diverzita v akvizici talentů . . . 189
Jak organizace chápou diverzitu? . . . *189*
Je diverzita benefiční pro organizaci? . . . *190*
Diverzita a akvizice talentů . . . *191*
Co je diverzita? . . . *193*
Měření employer brandu v dlouhém období . . . 195
Funnely . . . 195
Nástroje . . . 195
Google Analytics . . . *196*
Google Search Console . . . *196*
Google Trends . . . *196*
Google AdWords Keywords Planner . . . *196*
Google Alerts . . . *196*
Organické vyhledávání . . . *197*
Metriky . . . 197
Průzkumy . . . 197
Software . . . 198
Talent sourcing v dlouhém období . . . 199
Re/aktivace sourcingu . . . 199
Data & Analýza . . . 200
Odhad trendů . . . 201
Strategie . . . 203
Verifikace . . . 203
Implementace . . . 204
Potřeba databáze . . . 204
Tvorba databáze . . . 204
Proces selekce v dlouhém období . . . 205
KPI metriky . . . 206
Pokročilé metody . . . 207
Statické modely . . . *207*
Dynamické modely . . . *210*
Utilizace databáze . . . 212
Analýza jednotlivců, kteří akceptovali nabídku od organizace . . . 212
Operace s databází . . . 215
Segmentace . . . *215*
Targeting . . . *216*
Positioning . . . *216*

KAPITOLA V 218
Finální syntéza výsledků 218
Obecná teorie a její dopad na cíle organizace 218
Strategie akvizice talentů v dlouhém a krátkém období 221
Finální graf syntézy 223
Závěr 224

Offline reference 227
Online reference 229