

Obsah

PŘEDMLUVA	7
ÚVOD	9
ZNAČKA ZAMĚSTNAVATELE	12
PROČ JE VŮBEC TAK DŮLEŽITÉ BUDOVAT ZNAČKU ZAMĚSTNAVATELE	13
BUDOVÁNÍ ZNAČKY VERSUS BUDOVÁNÍ ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	17
CÍLE BUDOVÁNÍ ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	21
KPIS V BUDOVÁNÍ ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	26
VYHODNOCENÍ AKTUÁLNÍHO STAVU ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	27
ZÁKLADNÍ ELEMENTY ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	31
<i>Employer Value Propositions</i>	31
<i>Firemní kultura a její atributy</i>	33
INTERNÍ KOMUNIKACE	39
HR MARKETING	47
SPECIFIKA A DEFINICE HR MARKETINGU	48
ROLE HR V HR MARKETINGU	54
OUTBOUND VERSUS INBOUND RECRUITMENT	58
KARIÉRNÍ STRÁNKY	66
STRATEGIE OBSAHOVÉHO MARKETINGU NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	76
1. Definování cílů a KPIs	82

2. Definování profilu ideálního kandidáta	82
3. Komunikační linky	86
STORYTELLING	101
4. Platformy a formáty.....	108
5. Publikční plán.....	113
6. Komunikační mix	115
7. Průběžná kontrola.....	116
INTERNÍ NEBO EXTERNÍ AUTOŘI.....	119
JAK DOSTÁVAT OBSAH K CÍLOVÉMU PUBLIKU.....	120
SDÍLENÍ PRACOVNÍCH INZERÁTŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	123
EMPLOYEE ADVOCACY	128
Firemní ambasadoři.....	129
Firemní advokáti	142
SPECIFIKA VYUŽITÍ JEDNOTLIVÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ V BUDOVÁNÍ ZNAČKY ZAMĚSTNAVATELE	143
VÝHODY, NEVÝHODY A RIZIKA SOCIÁLNÍCH SÍTÍ.....	146
KRIZOVÁ KOMUNIKACE NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH.....	148
JAK ZÍSKAT SLEDUJÍCÍ VAŠICH STRÁNEK A ÚČTŮ NA SOCIÁLNÍCH SÍTÍCH	151
PŘEHLED A SPECIFIKA JEDNOTLIVÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ	158
Facebook	159
Instagram	170
LinkedIn	188
Pinterest	201
Snapchat	203
TikTok.....	204

<i>Threads</i>	210
<i>X (Twitter)</i>	211
<i>YouTube</i>	214
ZÁVĚR	220
PODĚKOVÁNÍ	221
REJSTŘÍK POJMŮ	222
ZDROJE	227