

munkahelyek reputációja és márkája

az Employer és az Employee marketing konfliktusa

dr. Törőcsik Mária
egyetemi tanár
Pécsi Tudományegyetem



az előadás kérdései

1. Önálló terület az Employer Branding? Egyáltalán Branding? Nem Reputation? Na és mi van a Corporate Identityvel? És ez az egész kihez tartozik?

Beszéljünk az alapokról!

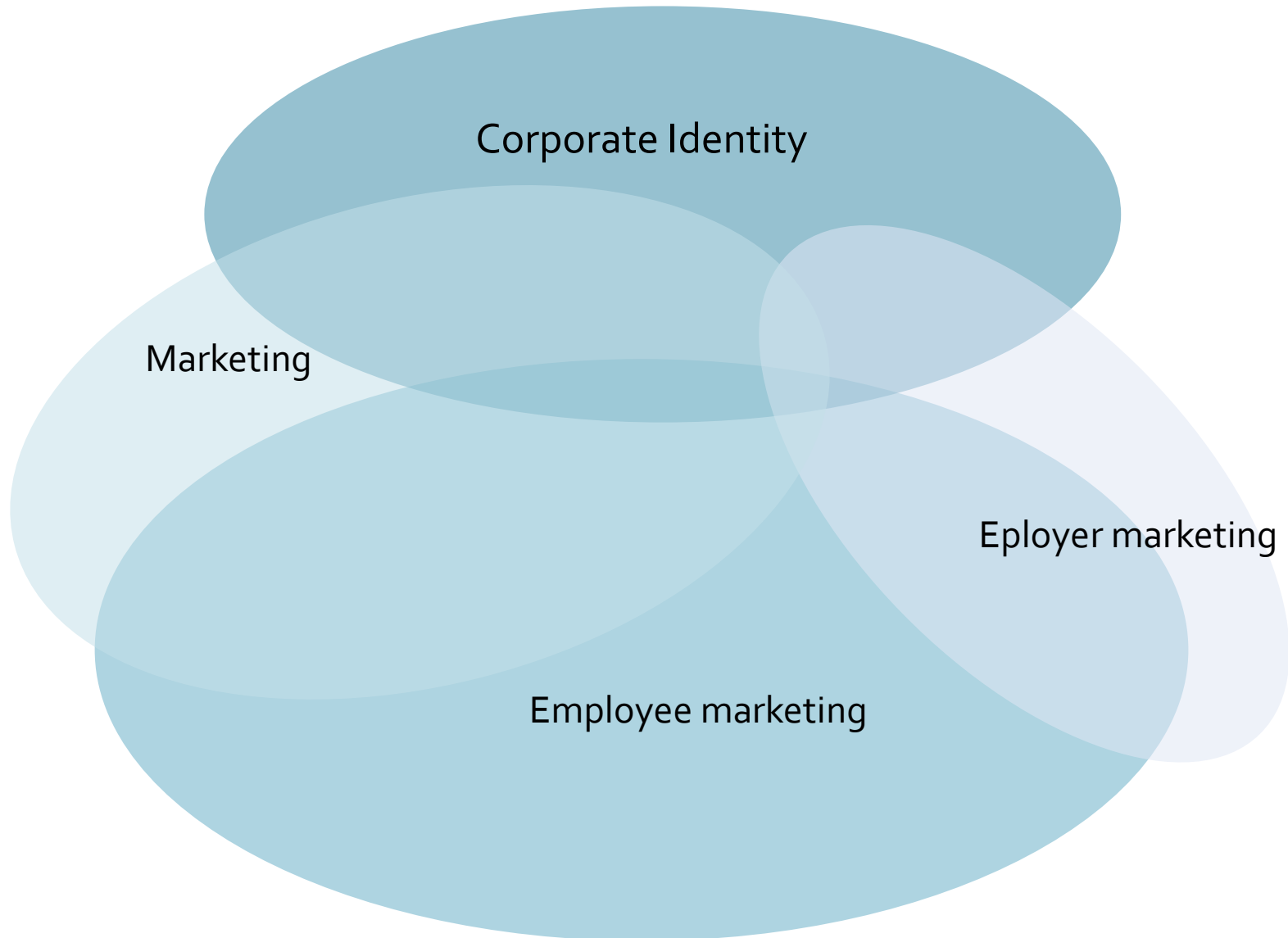
2. Miért közelítünk egyoldalúan a témakörhöz? Mi van a munkavállalóval, a befogadóval?

Beszéljünk a munkavállalókról is, értsük meg a differenciált motivációkat!

az első kérdés...

Hogy lesz az Employer Branding
és Employer Reputation
megnevezésekből Employer
Marketing?

az érintett területek kapcsolódása



Employer marketing

... az a tevékenység, aminek célja a

vonzó, stabil értékeket mutató munkahely képének
elérése, aminek hatása nem csupán

a *potenciális és jelenlegi* munkavállalókra terjed ki, hanem
a céggel kapcsolatban álló további csoportokra is.

Corporate Identity döntéseknek alárendelten működik

a cég teljes működése az alap, önállóan irányítani nem lehet...

Employee marketing

a szervezeten belüli láthatóság és elismertség elérését célozza

a munkavállaló tudatos tevékenysége azért, hogy

előrejutást, nagyobb megbecsülést érjen el adott munkahelyén, tudatában annak, hogy

a munkahely eredményei az ő megítélését is befolyásolják, mint ahogy az ő magatartása is kihat a cége értékelésére

a második kérdés...

Értjük azt, hogy nem mindenki akar karriert építeni? Na meg nem is tud...