

Бренд работодателя —  
главный инструмент  
стратегии привлечения  
персонала

[www.lenin-adv.ru](http://www.lenin-adv.ru)  
[vk.com/leninagency](https://vk.com/leninagency)



326

**БРЕНД  
БУКОВ**

186

**ТОРГОВЫХ  
МАРОК**

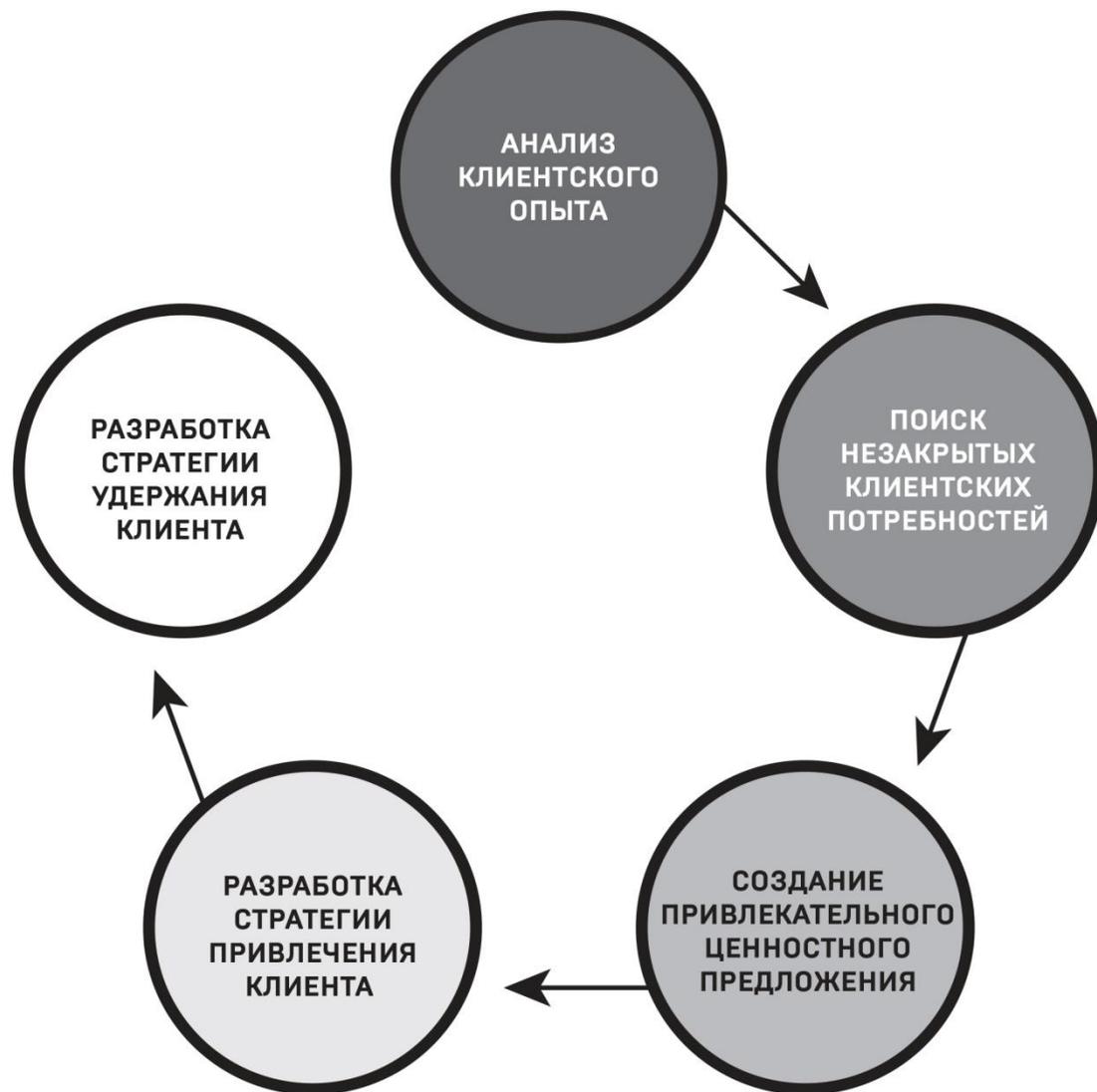
НОВОСИБИРСК

38

**МАРКЕТИНГОВЫХ  
СТРАТЕГИЙ**

11

**ЛЕТ НА  
РЫНКЕ**





*В какой компании вы бы хотели работать?*





### Основные задачи:

1. Отстройка от конкурентов за счет уникального ценностного предложения
2. Увеличение потока соискателей
3. Снижение текучки кадров
4. Снижение затрат на подбор персонала

1 Миссия  
Зачем?

2 Ценности и принципы  
Как?

3 Видение, стратегия и цели  
Что?



## ИССЛЕДОВАНИЯ

1. Внутренний аудит бренда работодателя
2. Внешний аудит бренда работодателя. Исследование имиджа работодателя у потенциальных ЦА.
3. Конкурентный анализ. Доноры (откуда приходят сотрудники), акцепторы (куда уходят сотрудники), лидеры рынка (к кому все хотят).
4. Определение портретов целевой аудитории
5. EJM: построение пути сотрудника



## ЭТАПЫ РАЗРАБОТКИ

1. Разработка платформы HR бренда, создание ценностного предложения
2. Создание визуальной концепции HR бренда (элементы оформления офиса, оформление соцсетей, базовый мерч для сотрудников и т.д)
3. Разработка пакета рекрутинговых носителей (оформление джоб ресурсов, шаблон оффера, презентация о компании и т.д)
4. Разработка welcome pack и exit pack
5. Коммуникационная и СММ-стратегия



## КЛЮЧЕВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ:

1. Сокращение сроков закрытия вакансии.
2. Снижение стоимости нахождения сотрудника.
3. Увеличение количества заявок
4. Увеличение показателя лояльности сотрудников (eNPS).
5. Увеличение показателя лояльности кандидатов (кандидатский NPS)
6. Штатная укомплектованность
7. Снижение коэффициента текучки кадров

LE

**ФИРМЕННЫЙ СТИЛЬ  
ПРЕЗЕНТАЦИОННАЯ ПРОДУКЦИЯ  
РЕКЛАМНАЯ КАМПАНИЯ  
УПАКОВКА  
НЕЙМИНГ**

MIN **LENIN**

**[www.lenin-adv.ru](http://www.lenin-adv.ru)**

**[lena@lenin-adv.ru](mailto:lena@lenin-adv.ru)**

**+7 (960) 82 86 501**