



سازمان جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی



برند کارفرمایی و تجربه کارکنان

شهرت یک شرکت به‌عنوان محل کار، برند کارفرمایی آن شرکت است. برند کارفرمایی به معنای ارزشی است که افراد، برای آن شرکت و کیفیت محیط کاری آن، قائل هستند. به‌همین‌خاطر می‌توان گفت برند کارفرمایی، تمامی فعالیت‌های تبلیغاتی شرکت را برای نشان‌دادن هویت منحصر به فرد خود به‌عنوان یک کارفرما به کارکنان فعلی و احتمالی شامل می‌شود.

برند کارفرما تصویری است که با نام شرکت شما در ذهن جویندگان کار، فعالان بازار کار و حتی سایر کارفرمایان تداعی می‌شود و برند پیرطرفدار بیانگر این است که سازمان دارای محیطی مناسب برای کار در بین افراد جویای کار است. برند کارفرمایی یک ذهنیت و هویت درمورد شرکت شما در ذهن افراد شکل داده است. هرچه در ساخت برند کارفرمای خود بهتر عمل کنید، احتمال بیشتری برای جذب استعدادهای برتر به شرکت خود خواهید داشت. علاوه بر این، داشتن یک برند کارفرمای قوی به شما کمک می‌کند تا در حفظ افراد کلیدی و توانمند در شرکت خود بهتر عمل کنید.

جزئیات سرفصل های دوره **برند کارفرمایی و تجربه کارکنان** به شرح ذیل است:

دوره برند کارفرمایی و تجربه کارکنان

- مسیر و چهارچوب توسعه برند کارفرمایی
- نگارش بیانیه ارزش پیشنهادی کارفرما
- تجربه کارکنان و تاچ پوینت‌های EVP
- ارزش پیشنهادی کارفرما
- طراحی تجربه کارجویان و آن‌بوردینگ
- ارتباطات داخلی موثر و اجرای کمپین های داخلی
- تولید محتوا و مدیریت شبکه های اجتماعی
- طراحی و توسعه صفحه فرصت‌های شغلی
- نگاه طراحی و گرافیک
- کپی رایتینگ



سازمان جهاد دانشگاهی صنعتی شریف
مرکز آموزش های تخصصی کاربردی

- ارتباط با دانشگاه و نمایشگاه های کار
- سنجش میزان موفقیت فعالیت های برند کارفرمایی و تجربه کارکنان
- تحلیل داده در برند کارفرمایی و تجربه کارکنان

یہ پیلہ بالآخر از تخصیص ...