

Návrh strategie HR marketingu ve start-upu

Masarykův ústav vyšších studií, Projektové řízení inovací, 2021

Bc. Lenka Viceníková, DiS.

Abstrakt

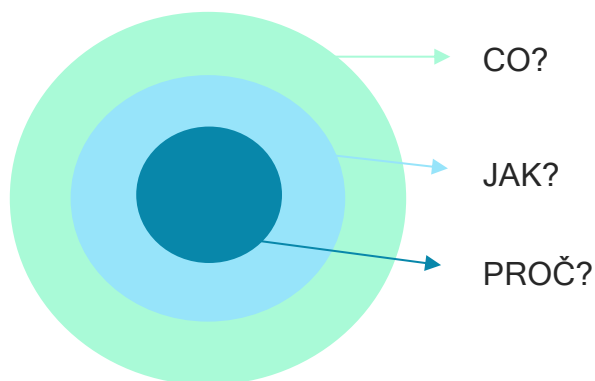
Předmětem této diplomové práce je HR marketing, jeho uplatňování ve firmě XYZ a návrh možné strategie. Teoretická část je zaměřena na pojem HR marketingu, jeho oblasti, nástroje a definici strategie. Na základě poznatků z teoretické části je v části praktické provedena analýza stávajícího HR marketingu ve vybrané firmě. V návaznosti na zjištěné nedostatky je navrhována optimální strategie.

Proč se HR marketingem zabývat?

Cílem HR marketingu je budování pozitivního vlivu na všechny, kteří se o firmu zajímají nebo by se o ni mohli zajímat. Současně je cílem také budování atraktivity firmy pro budoucí zaměstnance, kteří jsou klíčem k prosperitě organizace.

Abstract

The main subject of this thesis is HR marketing, its application in the company XYZ and a proposal of a possible strategy. The focus of the theoretical part is the term HR marketing, its areas, tools, and a definition of a strategy. In the practical part an analysis of the current HR marketing strategy for a specific company is made. Following the identified deficiencies, an optimal strategy is proposed.



Zjištění a doporučení

- Neznalost značky -> doporučeno zvýšit povědomí o značce prostřednictvím sociálních sítí, kariérních stránek, blogu a eventů dle strategie See-think-do-care.
- Nedostatky při onboardingu zaměstnanců -> doporučen konkrétní postup před nástupem, během prvního dne a po měsíci od nástupu zaměstnance. Doporučeno upravit také interní dokumentaci související s onboardingem.
- Nedostatečná angažovanost zaměstnanců -> doporučeny zajímavější interní eventy, úprava all-hands meetingů a zapojení více zaměstnanců.