



# PERSONÁLNÍ MARKETING

AUTOR: Pavla Lejčarová

VEDOUcí: Ing. Hana Holá

## ABSTRAKT

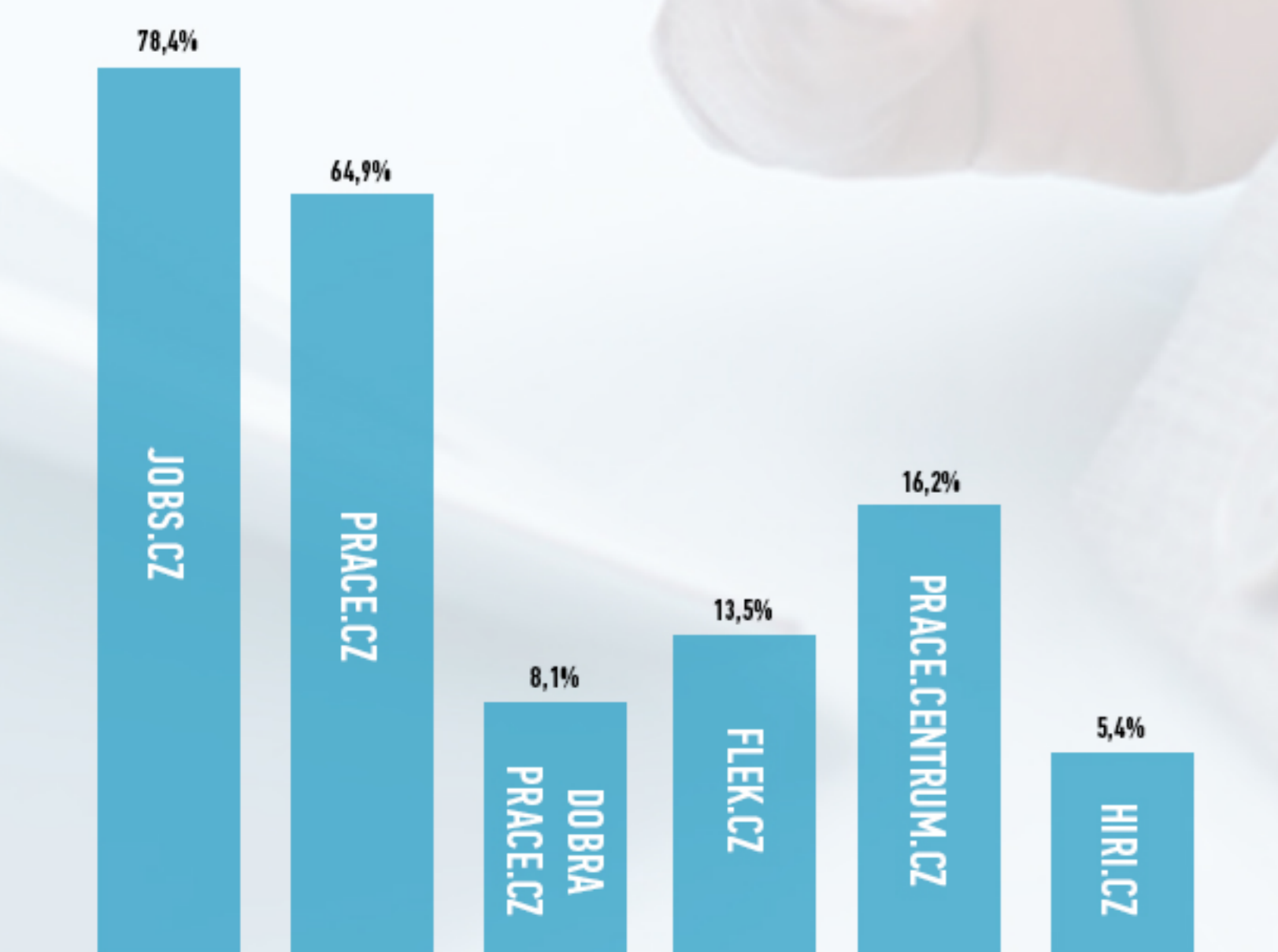
Cílem této bakalářské práce je posoudit současný stav personálního marketingu ve společnosti ABC, s.r.o. a navrhnout konkrétní řešení na zlepšení. V teoretické části je věnována pozornost základním pojmům této problematiky, jako je personální marketing či marketingový mix v personalistice. Dále se zde detailně rozebírá rozdělení personálního marketingu na externí a interní. V praktické části této práce se pomocí dvou nezávislých výzkumů z vnějšího a vnitřního prostředí, zjišťuje stav externího personálního marketingu společnosti. V návaznosti na zjištěné informace z průniku obou průzkumů, je vytvořen návrh řešení na inovaci externího personálního marketingu. Spolu s ním je provedena kalkulace odhadovaných nákladů.

## ABSTRACT

The aim of this bachelor thesis is to assess the current state of personnel marketing in the company ABC, s.r.o. and to propose the concrete solution for improvement. The theoretical part focuses on the basic concepts of this issue such as personnel marketing or marketing mix in human resources. Further, the division into external and internal marketing is discussed here in detail. In the practical part of this work, using two independent researches from the external and internal environment, the state of the company's external personnel marketing is determined. Based on the information obtained from the intersection of both surveys, the proposal for the solution for the innovation of external personnel marketing is created. Together, the estimated costs are calculated.

## INTERNÍ A EXTERNÍ VÝZKUM

Průnikem výsledků interního šetření, prováděného mezi stávajícími zaměstnanci, a externího výzkumu, vyplynulo několik zajímavých závěrů. Například požadavek přepisu inzerátů do kreativnější a osobitější formy, bez gramatických chyb a s uvedeným finančním ohodnocením či skutečností, že současné karierní stránky nejsou zcela vyhovující, a to z důvodu špatného zobrazení na mobilních zařízeních a nedostatku informací o společnosti a firemním zázemí.



Odpovědi na otázku: Pokud byste sháněl/a práci, na jakém pracovním portálu byste jí hledal/a?

## NÁVRH ŘEŠENÍ

V návaznosti na zjištění z obou šetření byly konkrétně navrženy tyto změny, a to včetně kalkulace nákladů:

- 1) Přepis inzerátů a porovnání nákladů na vystavení
- 2) Tvorba responsivních karierních stránek
- 3) Placená propagace na sociální síti Facebook