



# 雇主品牌未来 2023

明天的趋势。



# 我们的目标

数据是我们所信仰的，因此我们总是努力寻求机会来收集它们，分析并利用它们作为最有价值的战略和运营信息来源。这就是我们决定设计一项全球调查，并询问我们的受访者关于他们的日常运营和对未来的看法的原因。我们在几乎来自不同地区、大陆、行业和公司类型的大约400人中进行调查，以帮助我们所有人理解明天将给我们带来什么。

# 我们想了解什么？

如何在雇主品牌建设中脱颖而出？哪些趋势、工具和流程将在接下来的一年里产生最大影响？如何应对复杂问题并脱颖而出以实现目标？如何在今天建立品牌知名度？尽管你可能已经在有趣的招聘活动中投入了大量精力，但结果仍然可能令人失望。这是因为超过50%的公司也在积极从事雇主品牌建设。但您究竟如何真正构建一个成功的雇主品牌策略？第一步始终是定义您的提供内容。



# 我们提出了哪些问题？

1. 执行副总裁——您有它吗？**未定义**？2. 世界执行副总裁——顶级报价**元素**？3. 雇主品牌目标——您想要什么？**旨在** for？
4. 团队 - **谁** 涉及EB活动？
5. **关键绩效指标 ( KPIs )**——您是如何**计量** 您的成功？
6. EB**渠道** 未来与过去。
7. EB**预算** - 将会增加吗？
8. EB**挑战**——您的主要挑战是什么**奋斗**？9. EB**流程与工具** — 今天什么被杠杆化以及明天又是什么将被杠杆化？
10. **新型冠状病毒肺炎 ( COVID-19 )** 及其影响。
11. EB**是否重要** 明天？



# 议程

## 01 策略

- 经常如何定义EVP？
- 在哪些类型的公司中？
- 行业和全球范围内的EVP要素
- EB目标
- 关键绩效指标与数据

## 02 挑战

- 全球面临的主要挑战
- 新冠疫情的影响
- 当前趋势与挑战

## 第三章 资源

- EB 团队
- EB 预算

## 04 未来

- 临界流程与工具
- 整体展望
- 通讯渠道

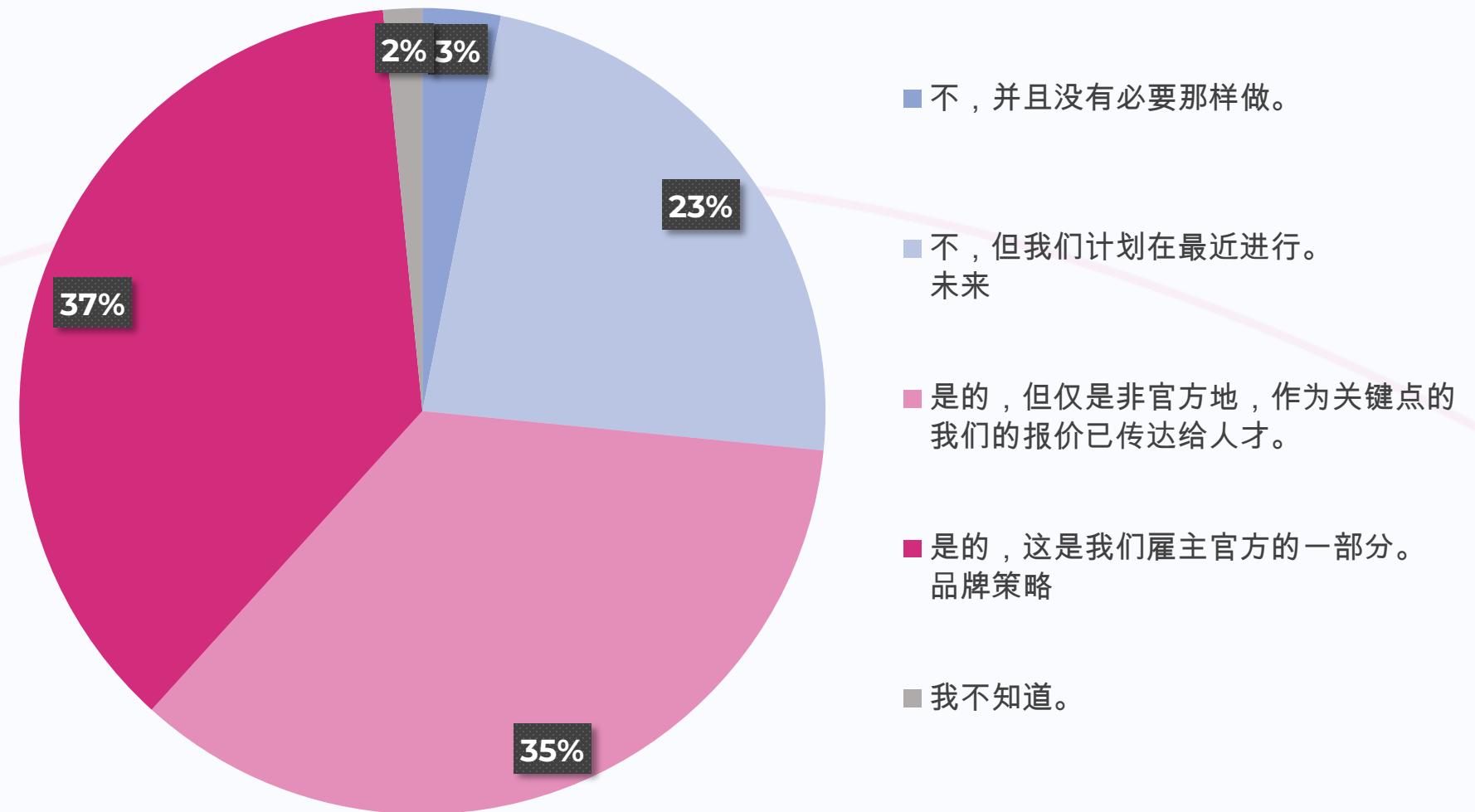
# 策略

- 经常如何定义EVP？ • 在哪些类型的公司中？ • 行业和全球范围内的EVP要素
- EB目标
- 关键绩效指标与数据



# 从企业价值观 ( EVP ) 开始——所有公司中有72% 已经定义了他们的企业价值观。

这是一个好消息！



贵公司是否有任何形式定义的企业愿景和使命 ( EVP ) ?

EVP不是幻灯片或门前的一个标志！它是一个你应该能够看到、触摸和感受到的“活生生的结构”。

## 研究洞察

就业价值主张是我们作为雇主提供的内容（品牌提供）以及我们传达它的方式（品牌身份）的结合。在超过70%的调查公司中，执行副总裁 ( EVP ) 职位已明确定义。但是只有37%的人声称这是雇主品牌战略的官方要素。

## 为何战略方法很重要？

企业价值主张 ( EVP ) 是一家公司可以为其员工提供的一项独特价值。企业价值主张还应该将重点从薪酬转移到其他方面。你计划加强人才吸引、保留和流失的每一个活动都应该符合你的价值主张支柱。你必须证明你是站在你的承诺这边的，并为客户提供他们可以与之产生关联的身份认同。管理并优化围绕这些内容的所有流程，策略将为你确定活动方向。

来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 谁最常利用战略方法？

根据研究，大多数具有其EVP（企业价值主张）战略定义的公司来自新技术或咨询行业，其中几乎一半是1000人以上的企业。这或许是因为这些公司通常非常重视...数据收集！

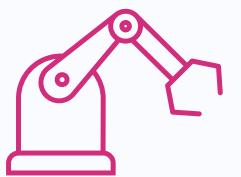
## 数据收集技巧

- **关注众多接触点。** 在入职培训、脉搏检测和离职面试中，是询问员工关于公司优势以及他们需求的机会。
- **综合不同的研究方法。** 利用调查工具如Google Forms、Typeform或Survey Monkey（CAWI），使用协作工具如Miro（IDI和FGI），并做好笔记，标注重要引述。
- **代替面对面访谈，选择视频电话会议**让您（当然是在获得许可的情况下）能够记录会议内容，这样您可以轻松地参照确切所说的内容。

## 公司定义了EVP（企业价值观）的.....

57%

新技术



14%

咨询



43%

1000+ 规模公司



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

## 市场告诉我们什么？

根据Gartner的研究，“有效实现其员工价值主张（EVP）的组织可以将年员工流失率降低近70%，并将新员工承诺度提高近30%”。许多组织已经实施了EVP的一些要素。当这些要素结合在一个明确的目的声明下时，EVP可以提高员工体验并吸引未来的候选人。

## ...以及优秀的公司如何做出反应

一个例子是耐克。耐克员工价值主张的其中一个标题是“团队共赢”。这种情感贯穿于公司的福利和生活描绘中。耐克文化强调以团队精神在体育世界中实现创新。公司在福利和薪酬方面持有相同的观点。公司提供诸如健身折扣、搬迁福利、具有竞争力的薪酬和退休计划以及高级学习机会等多种福利。

## 我们的总结

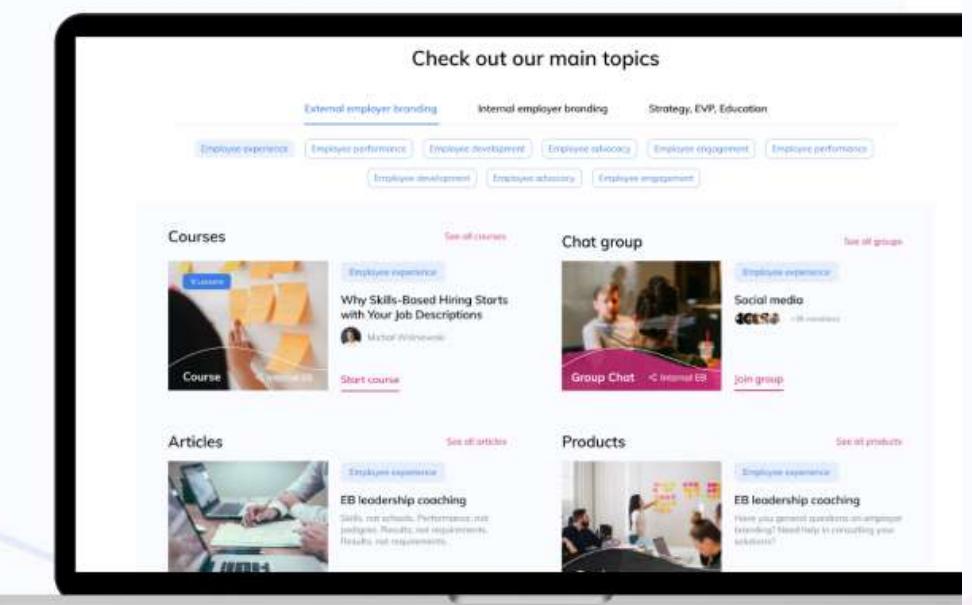
关于您的公司？我们无法强调这一点：在应对这场后疫情时代的“大辞职”或“大重置”之际，正确制定您的员工价值主张是吸引和留住顶尖人才的关键所在。

# Employer Branding Stars Academy

Do you want to know how to set up a great EVP? How to localize it when it comes from global structures? Get to know top global solutions and tackle your challenges! Join the community!

- Masterclasses
- Case studies
- Practical tips and tricks
- Templates and formats ready to use
- Access to 250+ resources

Join us



# 顶级执行副总裁 ( EVP ) 要素在某些行业

大多数时候，顶尖的报价要素涉及到灵活性和增长的机会。

## 新技术

- 1. 学习与开发机会
- 2. 技术与创新
- 3. 工作灵活性 ( 包括混合/远程 , 兼职工作 )

## 咨询

- 1. 工作灵活性 ( 包括混合/远程工作、兼职工作 )
- 2. 培训与开发机会
- 3. 技术与创新
- 4. 工作与生活的平衡或工作生活一体化

## 银行业

- 1. 平等、多元与包容 ( DEI ) 与归属感
- 2. 工作灵活性 ( 包括混合/远程、兼职工作 )
- 3. 技术与创新
- 4. 学习与发展机会

## 制药行业

- 1. 家庭文化
- 2. 多样性、公平性、包容性和归属感
- 3. 学习与发展机会
- 4. 健康福祉

您提供的EVP ( 员工价值主张 ) 方案中最重要要素是什么？

来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# ...并且全世界

世界各地区的企业副总裁主要支柱存在差异。



技术和创新



工作灵活性



企业多样性、公平与包容



工作与生活平衡



与消费者保持一致  
品牌承诺

您提供的EVP ( 员工价值主张 ) 方案中最重要要素是什么 ?

来源 : 全球调查“雇主品牌未来” , 2022年5月至11月 , 样本量n=387



梅根·迈克尔斯

人才品牌总监

招聘

市场营销——亚太地区

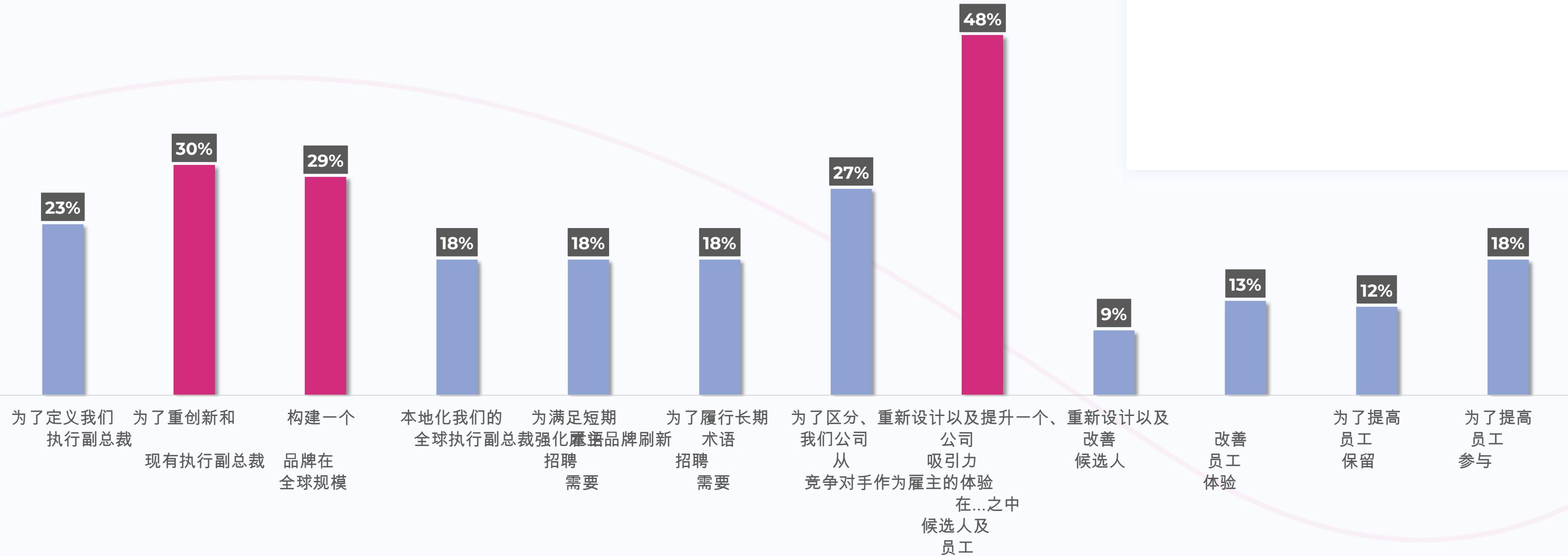


企业品牌建设的未来

它不仅仅是您的企业价值观 ( EVP ) 与您的消费者品牌承诺是否一致，而是您的品牌——全面地——与您作为企业的宗旨是否一致。客户——无论是消费者还是未来的员工——都对不一致性过敏。他们会注意到当您的消费者品牌与您的雇主品牌不一致时，因为它不会感觉像是同一个品牌。始终如一，如果您从“为什么”开始，并以此作为您的指南，人们将会响应。这包括从信息、您的声誉到作为品牌所提供的体验和采取的行动的一切。

# 首要目标：提升形象、刷新企业价值主张 ( EVP ) 并成为全球品牌

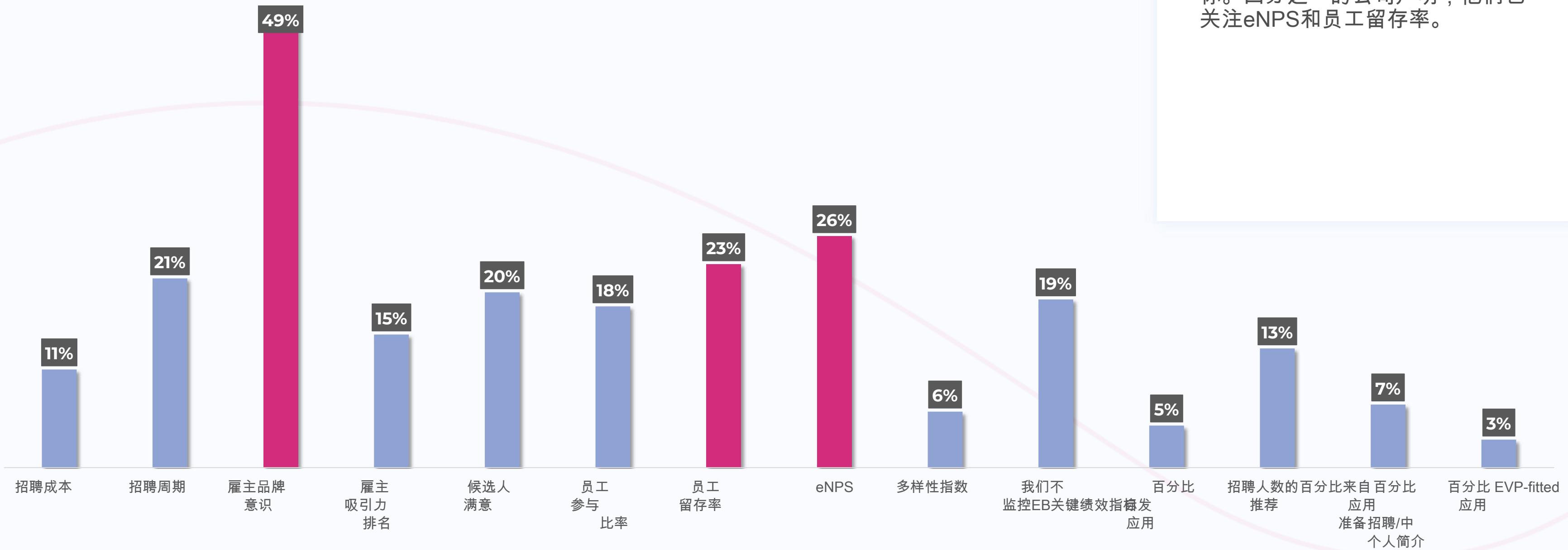
您的公司将在未来12个月内遵循哪些主要的雇主品牌目标？



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 关于KPIs：我们是否有一个未公开的潜力？

什么是您公司最关键的三个雇主关键绩效指标 (KPIs)？



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 谁主宰着世界？数据.....

## 不仅财务数据.....

企业领导者现在认为成为数据驱动型企业很简单。但他们忽视了一个重要部分：人才分析。这为您提供了从关键人才数据中得出的洞察。

## 原因是什么？

为什么这很重要？这归结于这样一个事实，即在所有其他情况下，公司都依赖于数据来做出重大决策。例如，在销售方面，你会查看之前的购买行为。那么，为什么不以同样的方式对待人们的数据呢？为什么不以同样的方式衡量你团队的参与度和技能呢？这将提供有关你团队为达成目标准备情况的有价值信息。

## 不要错过你的机会

大多数公司尚未将员工数据纳入重要的审查和总结中。在大数据时代，未使用关于你最宝贵的资产的数据，意味着错过了一个巨大的投资机会。有哪些EB数据来源？其中一些是现成的。

## 现有数据分析

它包括对公司内部已运作的所有要素的分析。在这一阶段，您需要审视当前流程、工具和文件。您不仅需要检查沟通的进行方式，还需要考虑其带来的影响。在这一阶段，使用外部工具和应用来支持分析是值得的。

## 定性和定量研究

它通常包括调查和与您的雇主品牌提供的目标群体成员（候选人及员工）进行的个别访谈。

## 线上与线下渠道

与候选人及员工互动的方式，例如 ATL & BTL 沟通渠道、活动（包括招聘会、职业页面、社交媒体渠道）、招聘流程和候选人体验、面试、申请流程、员工入职、员工参与度、员工福祉和满意度以及其他许多方式。

# 挑战

- 全球面临的主要挑战
- 新冠疫情的影响
- 当前趋势与挑战

# 全球最顶尖的电子书挑战

## 世界前三：



品牌弱或无品牌  
意识



激烈的人才招聘  
市场竞争



缺乏时间或能够胜任的人。  
专注于EB活动



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387



Kinga Maj  
雇主品牌战略顾问



Employer  
Branding  
Institute

企业品牌建设的未来

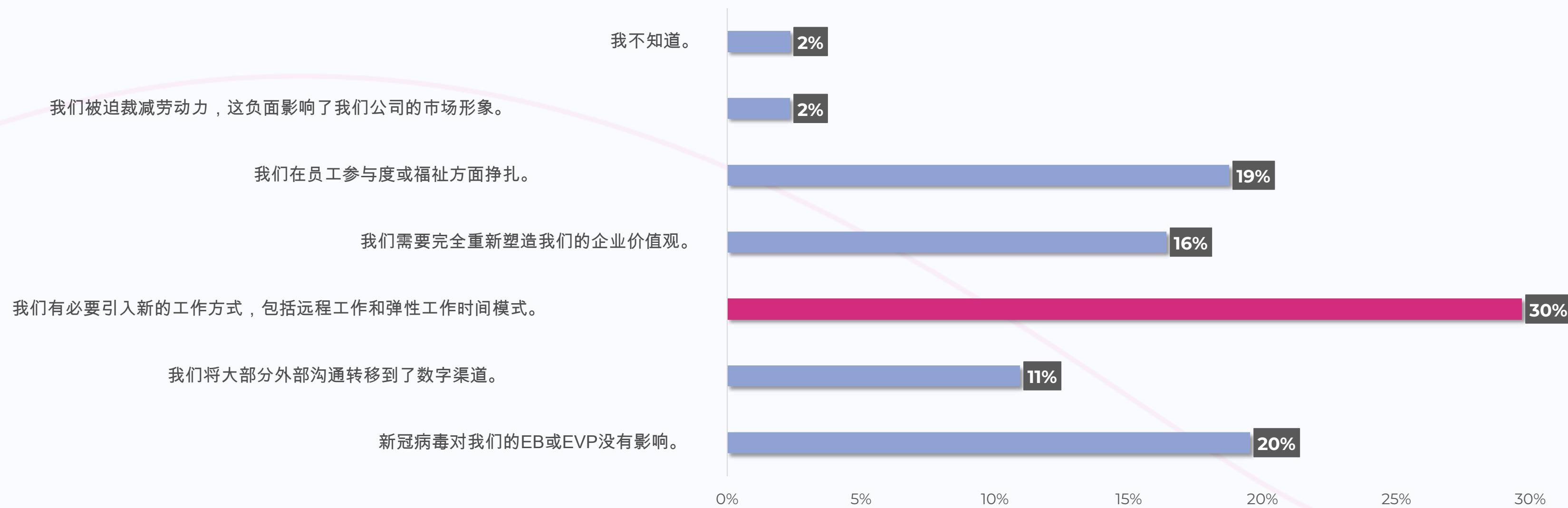
我对EB在可能是有史以来最前所未有的时代（以及在上一个世纪报告的最长时间的经济增长阶段！）中取得的发展之好感到惊讶（！）。然而，我更多地对我们在全球范围内面对的复杂且相似的挑战感到惊讶。那么，未来将会给我们带来什么？

从企业品牌战略家的角度来看，我明显观察到，公司在吸引和留住人才方面面临的长期挑战之外，还必须面对动态变化的速度。我们必须保持敏捷，并跟上最新技术的步伐，包括快速发展的AI技术，它也在影响着我们的雇主品牌世界。我个人认为，2023年可能会带来关注点的转变——转向留存、内部文化建设以及员工体验。在解决复杂商业问题方面，内部超级价值的需求将比以往任何时候都更加重要。EX（员工体验）和人力资源分析将处于核心位置。在敏捷方法的基础上，测试新的创新想法并持续监控效果。

# COVID影响

新冠疫情迫使我们必须引入新的工作方式

新冠疫情及其后续影响如何影响了您的企业品牌 (EB) 和雇主价值主张 (EVP) ?



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

## 并且在新冠之上，还有更多.....

新冠病毒大流行在劳动力市场引发了近未有过的大规模变动。在大流行早期几个月的广泛失业后，2021年劳动力市场变得紧张，部分原因在于后来被称之为的 **伟大的辞职潮** 在某些情况下，人们离开劳动力市场以照顾孩子或年迈的亲属。零售和酒店等行业工人短缺推动了劳动力需求，鼓励人们利用竞争激烈的市场寻求具有更好福利或薪酬的工作。在办公桌工作的人们，厌倦了漫长的疫情工作和Zoom会议，开始决定他们已经受够了。

## 经济衰退和大规模裁员阴影

在经济通胀天文数字般飙升的背景下，许多国家都担忧经济衰退，这导致政府反复提高利率，以期遏制价格上涨的势头。但更高的利率也可能增加月度债务，并可能使经济陷入衰退，导致广泛的失业。对于人力资源部门来说，这意味着可能需要为市场的新的恐惧、影响员工挑战和内部流程做好准备。

## 静悄悄的辞职

它已在企业界引发了一些争议。一方面，有些人将其与懒惰、特权以及对雇主的被动攻击联系起来。另一方面，有人认为这是一种对抗工作倦怠、在他们工作和身份之间划定界限以及拒绝拼命文化的方式。这对初级员工尤其如此，因为从历史上看，他们虽然收入较低，却被期望付出110%的努力。

自新冠病毒疫情爆发以来，我们周围的世界发生了显著变化。这场大流行几乎影响了我们生活的各个方面。它改变了我们的购物方式、沟通方式、学习方式以及工作方式。据估计，约有27亿人，即超过五分之四的世界工人受到了封锁和居家隔离措施的影响。

根据Gartner，以下可能是人力资源部门在新冠后可能面临的一些挑战。

- 居家办公实践的增加
- 维持组织文化
- 员工福利
- 组织重组
- 参与式工作文化
- 与组织愿景保持一致

## 您是否审计了您的雇主品牌？

如何应对复杂挑战？通过充足的工具和流程，让您首先能够识别这些挑战，然后制定出如何减少甚至完全消除其对雇主品牌负面影响的方法。

## 我们推荐的工具以供检查

### 实时薪酬基准分析

发现一个非常有用的工具，它提供实时薪酬基准数据集。@Ravio 客户可以访问欧洲的基准数据，实时查看薪酬趋势，并与同行进行比较。

调整薪酬实践。请在此查看。

### 人力资源技术工具

- 员工体验平台。由ServiceNow和Microsoft Viva普及，已成为一个高优先级的产品类别。
- 人才智能平台。它们帮助企业进行人才搜索、内部人才匹配、智能继任管理、评估、职位设计、技能分析（例如，Eightfold、Gloat、Beamery、Phenom、SeekOut、iCims）的数据驱动解决方案。
- 员工生命周期倾听系统。例如，Qualtrics、Perceptyx、Medallia、Glint、Peakon等平台从多个来源收集数据，为我们提供了一个关于员工情绪、满意度、参与度和生产力的全面视角。

在此处了解更多

# Navigate your Employer Brand!

EBnavi<sup>®</sup>

Planning to set EVP, KPIs or operational plan for your brand? Good. We are here to help. Use [EBnavi.com](https://EBnavi.com) to get your EB to the strategic level.

### How to do it in 4 easy steps?

- STEP 1** Take the audit and get the brand assessment for free
- STEP 2** Access your benchmarks and up to 100 tips
- STEP 3** Learn online how to deliver recommendations
- STEP 4** Check your results live with candidates and employees

Register today



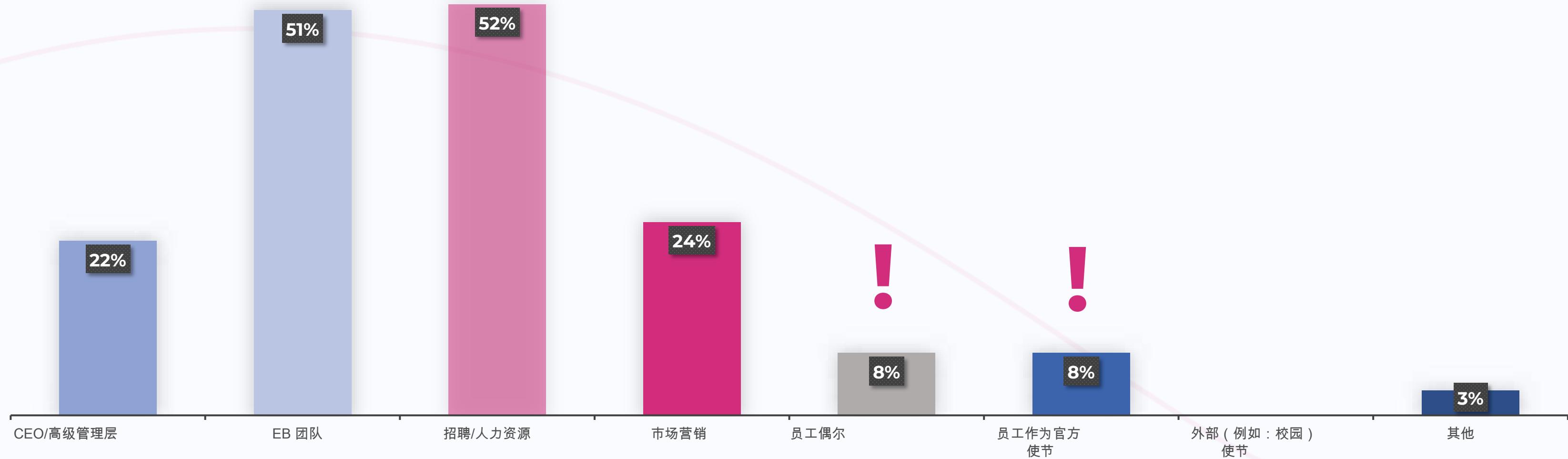
# 资源

• EB 团队 • E  
B 预算

03

# EB 团队

涉及EB活动的人员有哪些？



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387



**Adrianna Jeske**  
电子设备经理

**Jerônimo  
Martins**

我真诚地相信，在本幻灯片中呈现的结果将尽快发生改变，并且组织将明白他们的员工是品牌最好的代言人——尤其是在人们信任人而非公司的时代。Biedronka过去几年一直遵循的是与员工共同打造的雇主品牌方向，这基于我们员工的真实故事以及他们在我们公司取得的成就。自2020年起，我们一直在开发EA项目，有来自我们的商店、配送中心和办公室的60人参与。更重要的是，我们创造了一个地方，让所有员工都可以向外部观众展示他们的激情、日常工作以及倡议——在Instagram上的@biedronkatomy个人资料。在7个月内，我们发布了150篇帖子，这意味着几乎每天都有一位员工参与构建雇主品牌。

记住，你们公司的唯一可靠和真正的代表是你们的同事。



**Marlene Katern**

雇主品牌专家 欧洲中东非  
洲地区/全球人才获取策略  
与规划

**Baxter**

我们雇主品牌建设的主要目标之一是赢得信任。我们希望在潜在候选人接触到我们的品牌时，能给他们留下积极的印象。实现这一目标的关键在于真实性——让真正的员工发声，分享他们的故事！

工作日是什么样的？他们喜欢他们工作的什么？为什么他们选择为贵公司工作，更重要的是，为什么他们选择留下来？让潜在候选人听取那些实际从事这项工作的人的声音——他们最了解这项工作，并帮助你描绘一幅真实的画面。

在我的人才招聘职业生涯中，我发现最优质的应用主要来自推荐。在我看来，有以下三个原因：

员工只推荐他们认为擅长工作且可靠的员工，因为他们被视为他们的支持者。

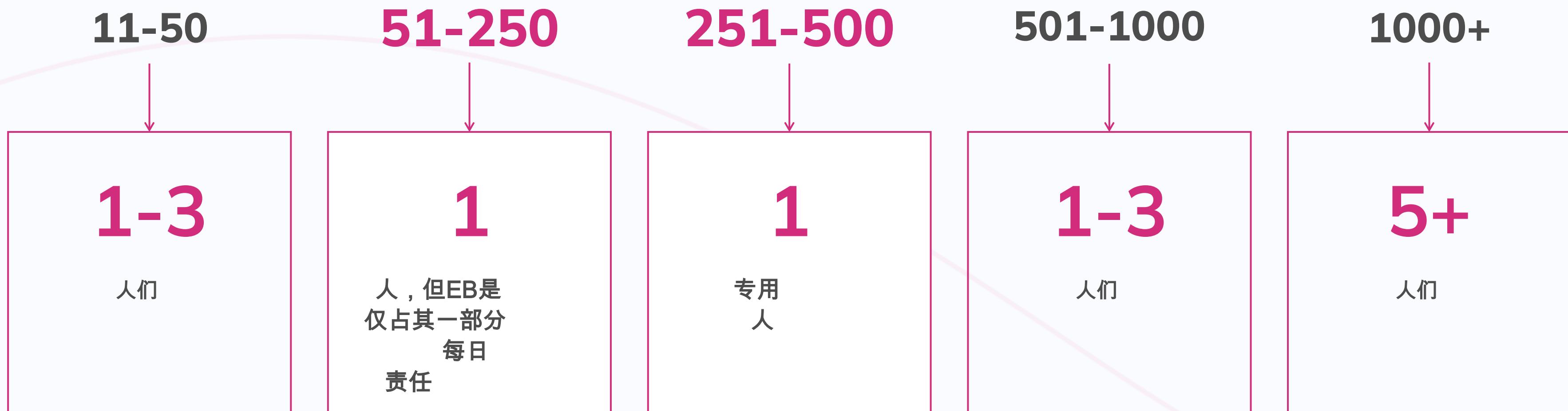
既然那些申请者已经认识公司里的人，他们信息灵通，并且对期望有现实的看法。

最后但同样重要的是：信任——你认识的人确信这是一个很好的工作场所，而你也是一个完美的匹配，因此，在该公司申请工作是唯一合理的。

总之，在制定雇主品牌战略时，您不应低估员工的力量。让他们参与其中将带来巨大益处，这不仅有助于您创建一个真实的品牌，而且他们还将扩大您的社交媒体范围并传播您的职位空缺。

## 不同规模公司中EB团队的人数是多少？

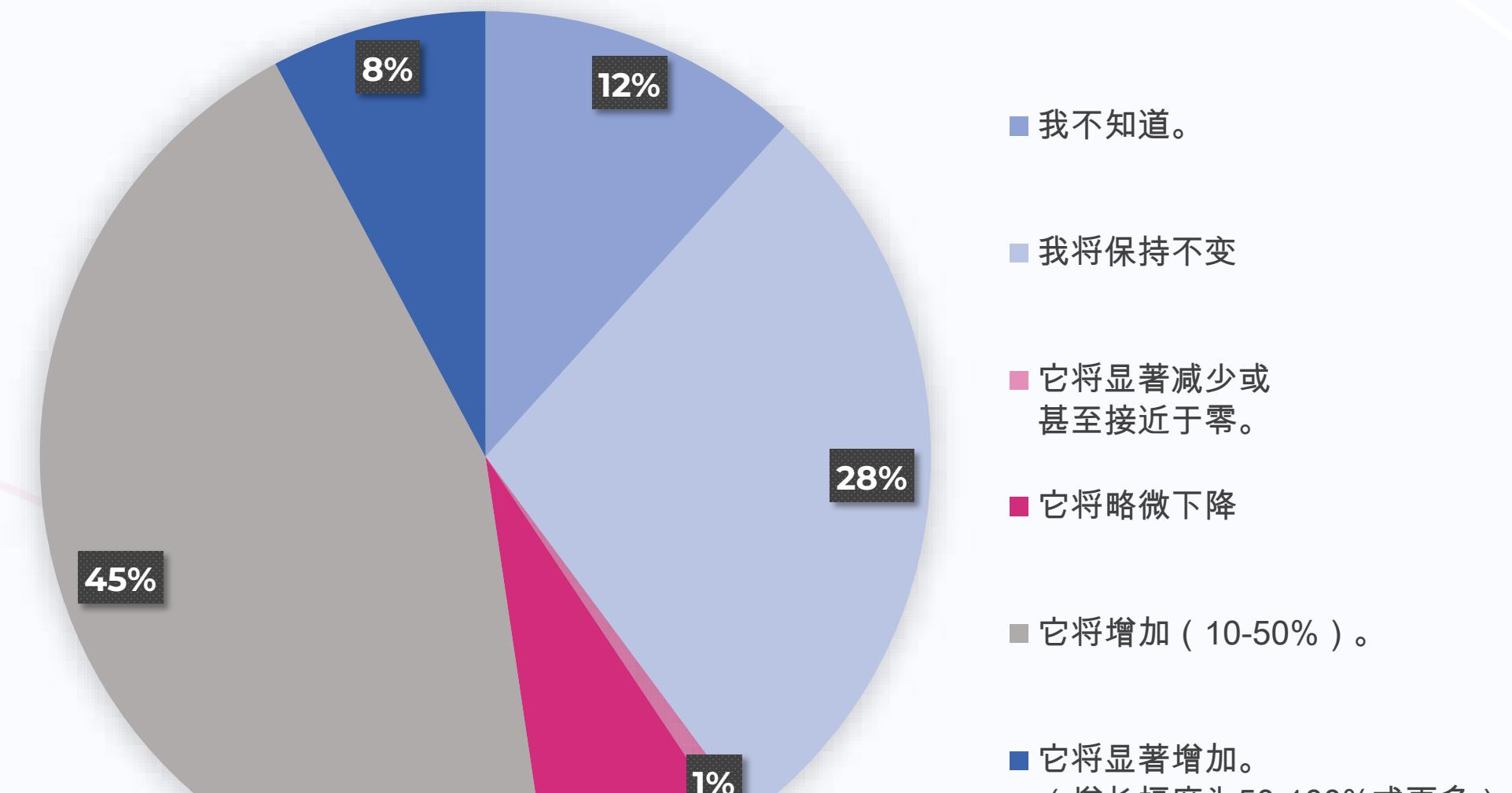
公司越大，团队就越大吗？不！



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 尽管需求巨大，预算不会显著改变。

在大多数情况下，EB预算将增加10-50%，但在参与调查的28%的公司中，预算将保持不变。公司的需求正变得越来越复杂，然而在资金资源方面并没有计划进行显著的变化。预算限制将迫使公司调整其行动。我们应该关注良好的沟通和关系管理，从而让我们能够从长期计划中受益。



您认为您的研究预算是多少？看起来在即将到来的(几)年里？

来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

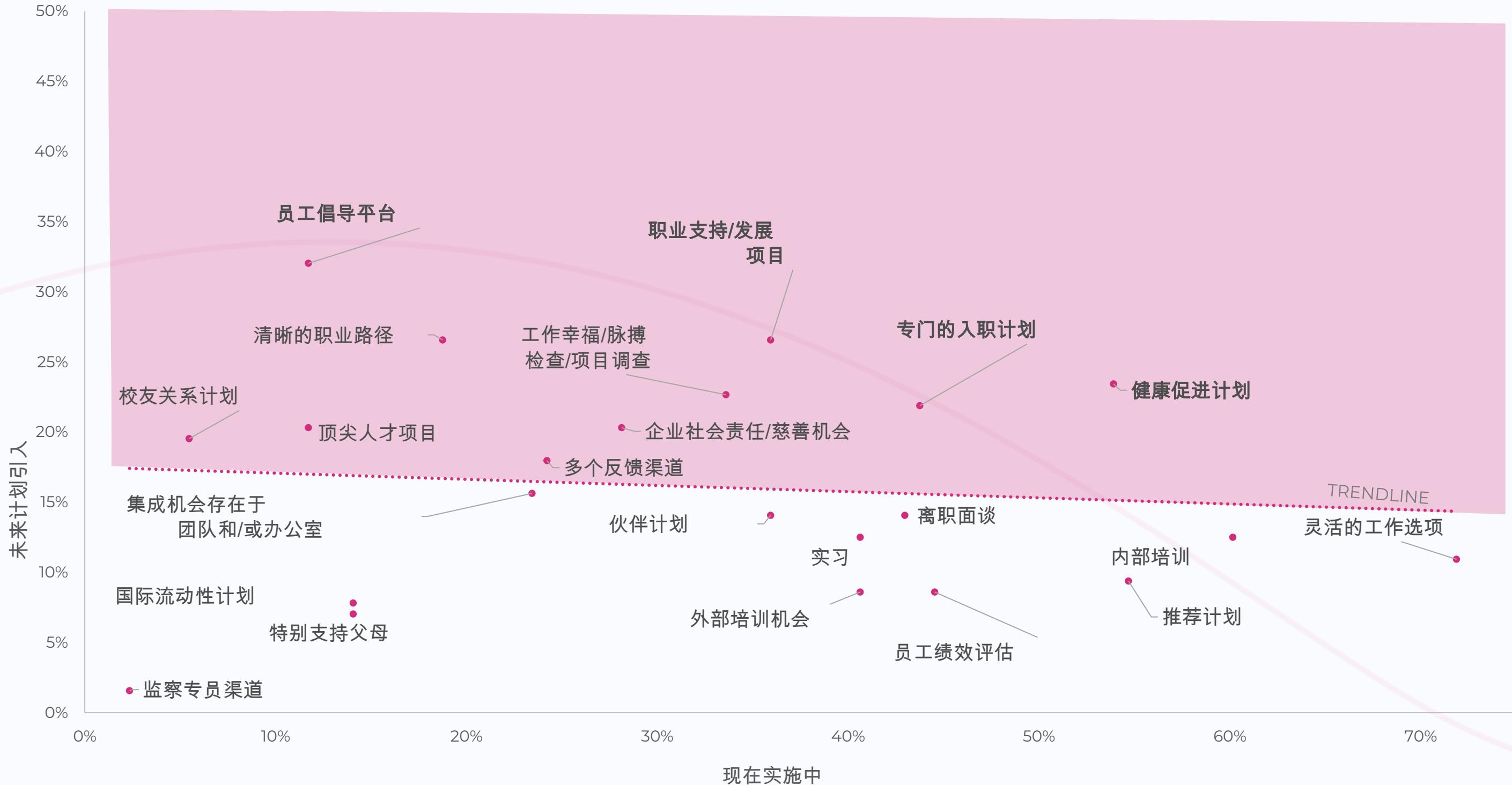
# 未来

• 临界流程与工具 • 整体展望 • 通  
讯渠道

04

让我们看看一些重大的东西。  
什么是前几名勇敢的  
预测？

# 流程与工具对于今天和明天至关重要。



粉色区域包括工具和流程，根据您的观点，这些是值得投资的工具。流程的未来在于员工倡导与员工发展一方面和关于良好的入职和福祉另一方面。

来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

“

为了保持其有效性，雇主品牌需要发展到一个更加战略性的角色。需要更多和更优质的数据以做出更好的决策。与人才招聘、人才管理、人员管理、营销、传播和IT部门合作。

”

来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387



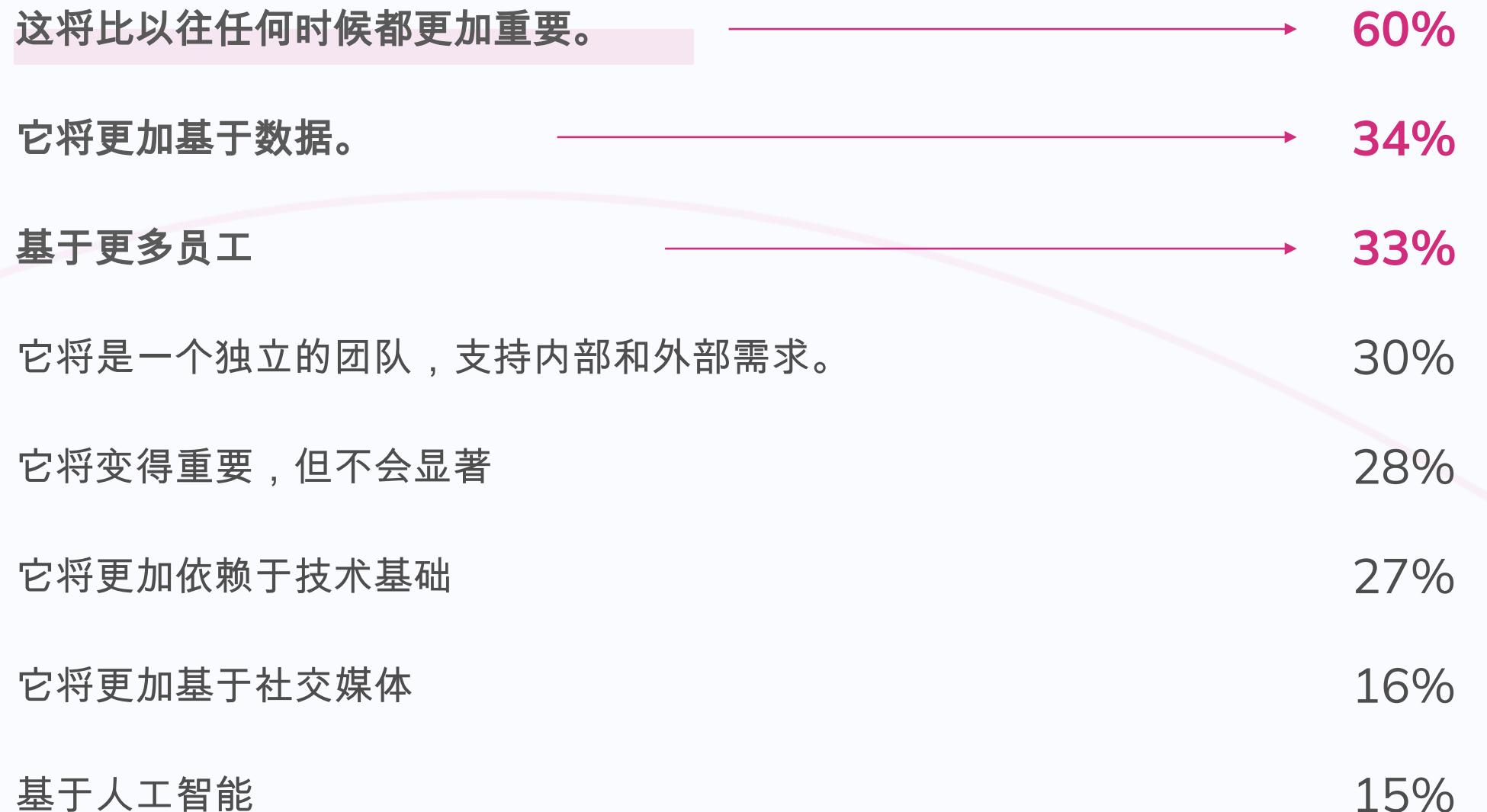
Malcolm Peak

导演



我的预测是，尽管EVP（企业价值观计划）的某些部分正在朝着更加数据驱动的方向发展，但将出现一种关注与员工和市场互动的“模拟”方法。这种方法将以技术支持为特点（而不是主导），而不是围绕数据和数据分析，而是旨在增强员工与公司的个人体验。其中一些将涉及实体联系（例如，参加工作场所），而另一些将是有形的表现形式的联系（如礼物或产品/服务样品），这将鼓励员工再次认识到自己在企业拼图画面中的位置，没有他们是无法完整的。

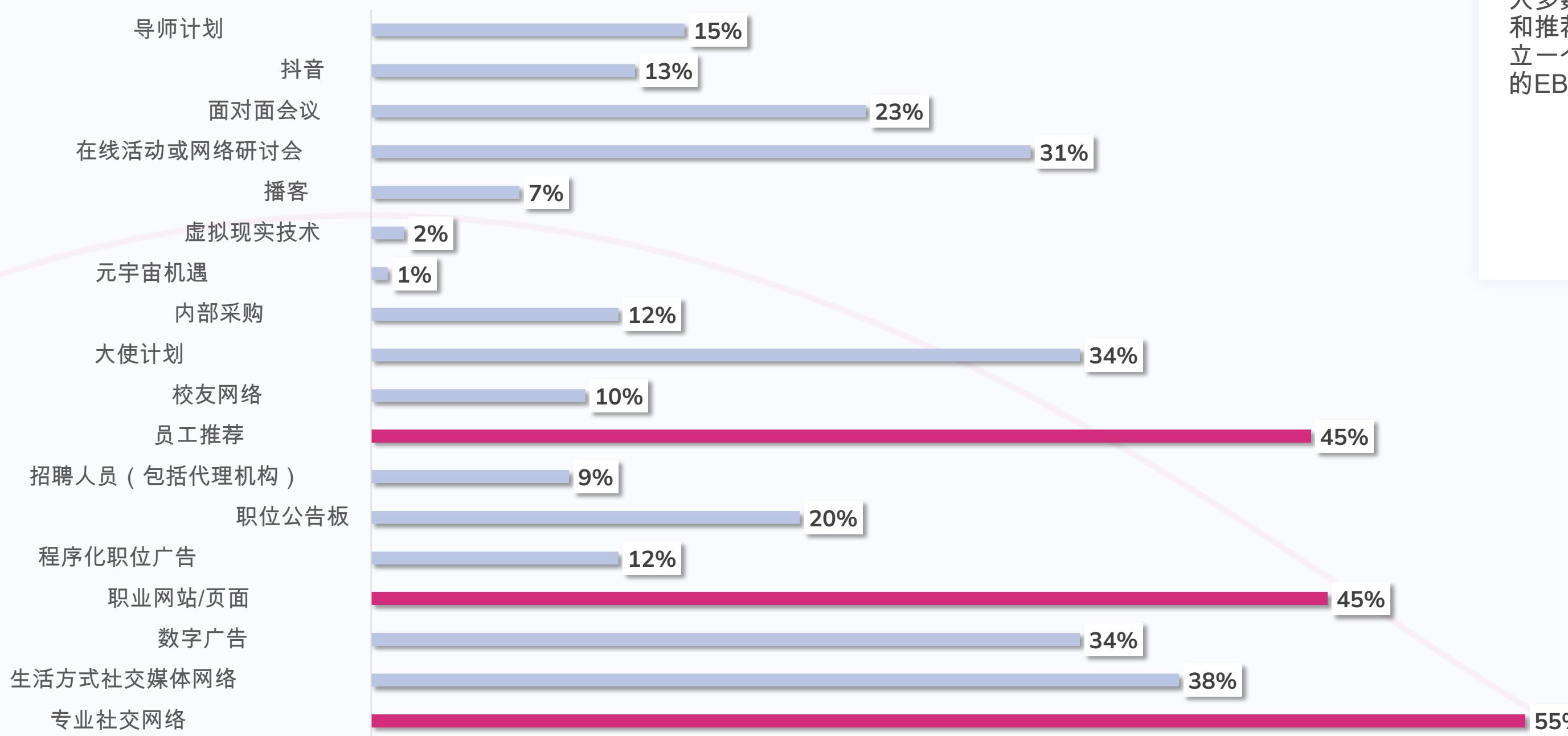
# 总之：雇主品牌未来的走向是什么？



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 我们希望投资于哪些渠道更多？

在接下来的12个月内，您计划在哪些招聘/EB渠道上投入更多？



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

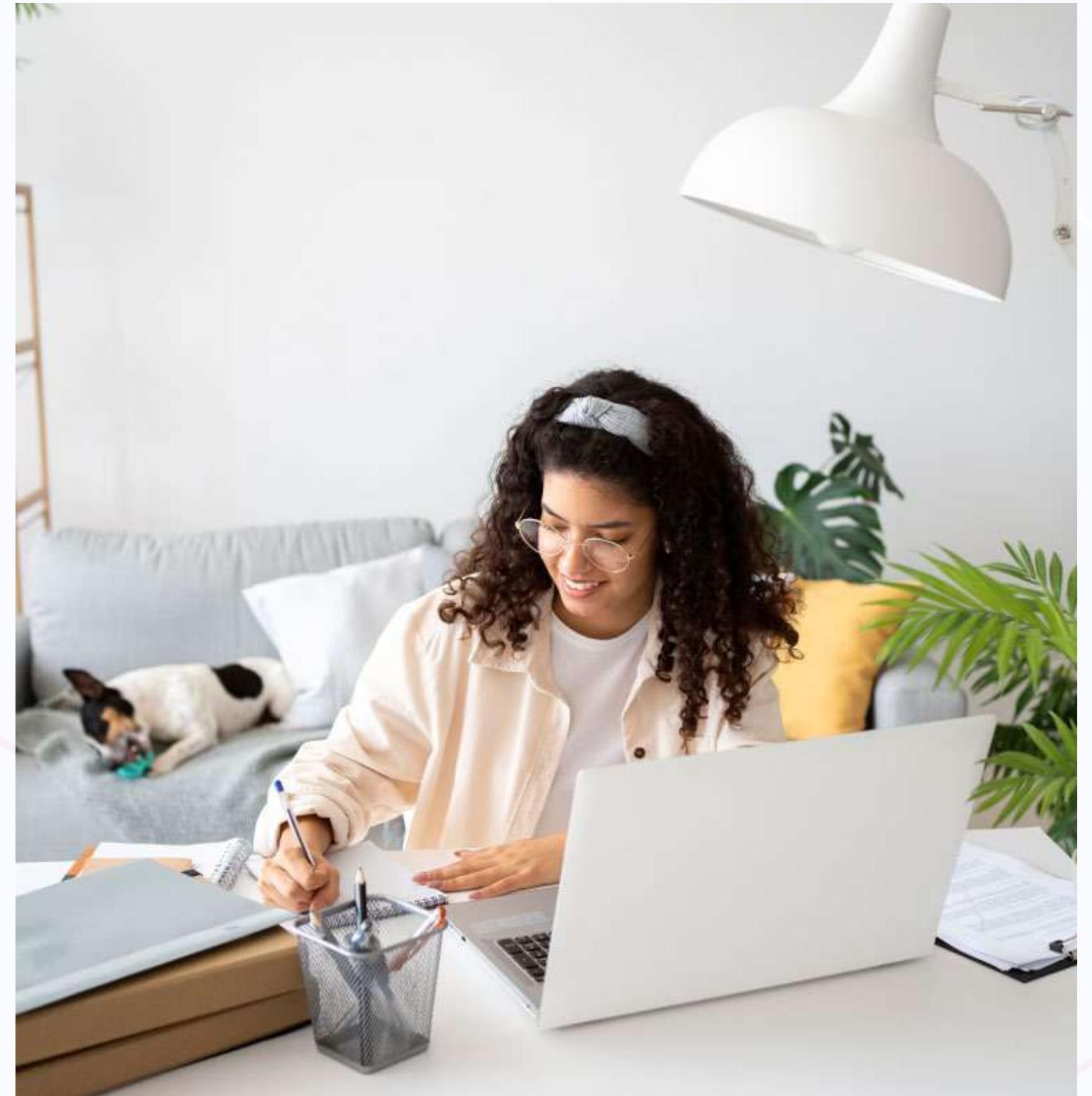
大多数公司将在专业社交网络、职业网站和推荐计划上投入更多。您想知道如何建立一个出色的职业页面网站吗？查看我们的EBSA课程！

# 重要的是，我们对未来持乐观态度！

“

EB将更加关注灵活办公场所、远程工作和更好的工作生活平衡等主题。大型企业的优势将在于大多数活动的数字化转型，从而使大多数工作可以远程完成，为职业成长前景提供旅行自由。留住人才将更具挑战性，市场也将更加竞争激烈，但挑战将使大多数公司比现在成为更好的工作场所！

”



来源：全球调查“雇主品牌未来”，2022年5月至11月，样本量n=387

# 关键洞察

## 01 策略

72% 在调查的公司中，确实有定义其EVP（企业价值观）的。这是一个很好的开始，因为在颠覆性时代，战略方法可能至关重要。全球范围内，最重要的提供要素有哪些？

## 02 挑战

30% 参与者中有相当一部分承认，作为后新冠影响的组成部分，引入新的工作方式是必要的。我们改变了工作方式，规划业务和执行策略。我们面临的最大挑战是什么？

## 第三章 资源

预算将保持相似。团队规模较小，压力很大，并且只 8% 公司在其企业品牌（EB）活动中利用大使或员工。如何应对资源有限的问题？

## 04 未来

60% 你们显然看到了雇主品牌的一种未来。阅读报告，了解这对我们的全球社区意味着什么！

现在是时候将特别奖金列入议程.....  
EBstars奖 !

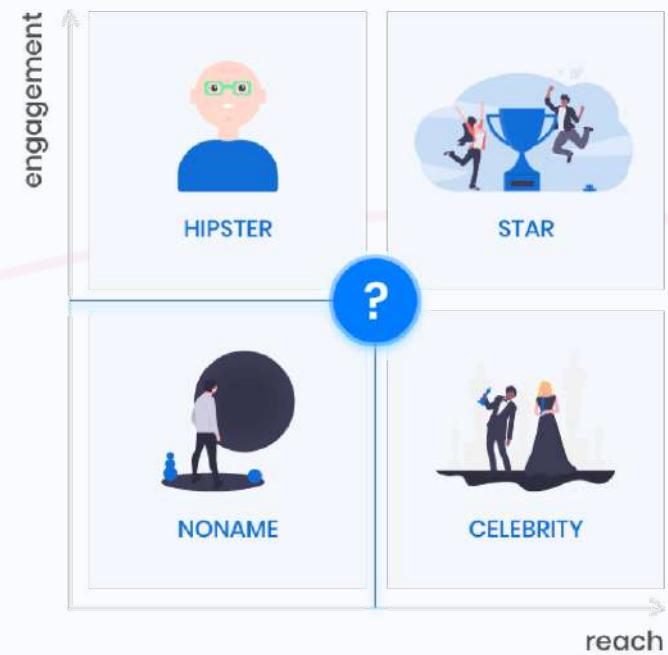
# 想在今年加入我们不断发展的EBstars社区吗？

2022 EBstar Awards



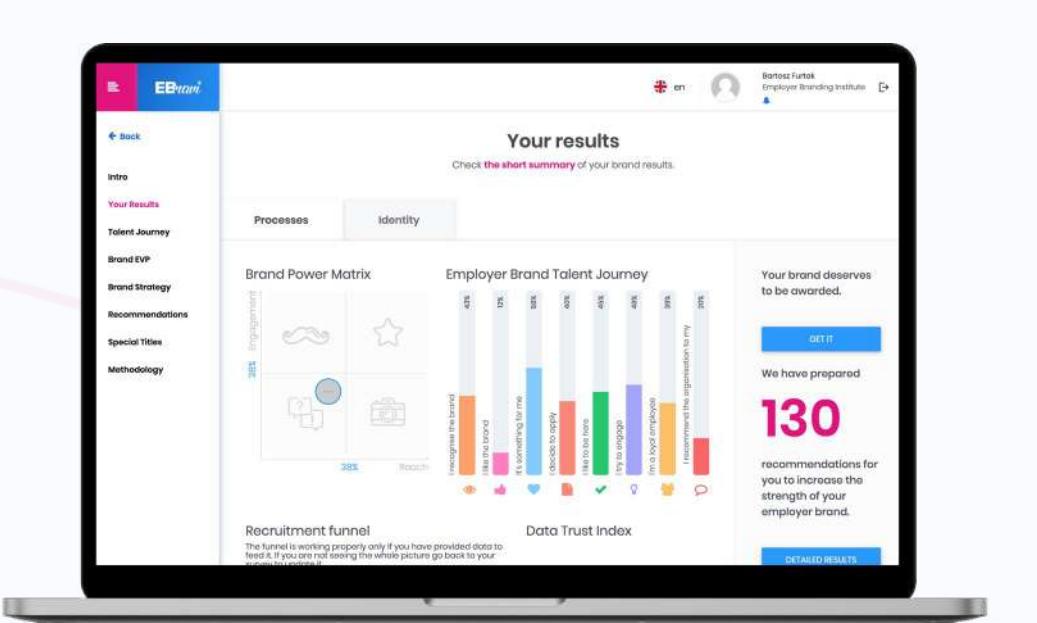
# EBstar奖：它是如何运作的？

EBstar Award是我们授予那些在雇主品牌方面表现卓越的企业的称号，该称号基于对超过100个指标的品牌审计！它代表着顶尖的雇主品牌，并推广影响求职者和员工体验的最佳工具和流程。



在线  
品牌审计

120个问题 1在线  
调查



个人雇主  
品牌报告

522个数据点，1个算  
法背后



雇主品牌之星  
奖项及至多20个头衔

21项奖项，20  
种算法

获得灵感，并结识我们的2022年EBstars !



**Sabrina Labarile**  
人力资源业务合作伙伴



## 您对您所在的行业/领域有何吸引之处？

GE是一家以客户为中心的公司，包括品牌建设在内的一切都是由我们的客户驱动的。从托马斯·爱迪生开始，“在近130年的时间里，GE利用其创新的DNA构建了一个运转良好的世界——通过我们的技术专长、领导力和全球影响力解决最大的挑战，”GE董事长兼首席执行官拉里·库普对投资者说。从2023年开始，GE将分拆为三个不同的业务部门（GE医疗保健、GE Vernova和GE航空航天）“将每个业务部门作为独立公司运营，将使它们能够充分发挥潜力，为所有利益相关者带来长期增长和价值。”

## 为什么你的员工感到自豪来上班？

我们是一个多元化且致力于全球的团队，以最高标准的诚信和专注力履行公司的使命，即构建一个运作良好的世界；我们对向客户和世界提供解决方案充满热情。我们珍视每一个独特的身份、背景和经历。我们致力于营造一个包容性的文化氛围，让每个人都能感到被接纳、尊重，并感觉自己属于这里。我们以最高水平的灵活性工作，并提供多样化的竞争优势，以支持我们的员工。对我来说，没有比通用电气更好的工作场所了。



张汉娜  
雇主品牌专家



## 如何通过雇主品牌有助于实现公司战略目标？

2021年，我们宣布了一个战略目标：“通过2025年打造新蒙牛”。努力成为消费者所喜爱的、更加国际化、更具社会责任感、文化强大且在2025年实现数字化转型的公司。旨在提升整体实力，更好地为人们提供营养。

这是我们进一步进入全球市场的决心，我们需要一个更强大的人才团队来更好地实现这一目标。重塑EB可以帮助蒙牛展现其实际形象，并实现其与目标人才之间的双向选择。

## 您的公司如何从获得奖项并成为2022年EBstar受益？

蒙牛的EB重塑之旅正处在起步阶段，2022年我们调整并优化了我们的企业价值观 ( EVP )。荣获奖项并被授予EBstar是对蒙牛在国际舞台上的另一认可。这使我们更有信心继续提升我们的工作经验，并丰富我们在这方面的沟通。



安娜·贝尔托尔迪  
尼  
全球雇主品牌总监



## 您公司的未来将有哪些雇主品牌建设举措？

有许多激动人心的雇主品牌建设项目即将在2023年展开，但其中一项我希望能着重关注的是，将我们的企业价值观计划 (EVP) 从外向内转变，激发我们员工的参与热情，并在内部培育热情。我们的员工是我们最重要的资产，我们需要在其他人之前激发他们的参与。

## 如何通过雇主品牌有助于实现公司战略目标？

雇主品牌有助于我们吸引顶尖人才，从而持续推动我们的业务发展。我们专注于四个不同的体验：候选人体验、员工体验、招聘人员体验和招聘经理体验。这些是我们的客户。

Rachel Lu

培训与开发，人才发展  
经理

**KERRY**



企业品牌建设的未来

## 如何通过雇主品牌有助于实现公司战略目标？

**情感效益** - 员工对雇主的情感依恋往往是由他们在整体工作体验中获得的价值观驱动的，包括他们从执行的任务中获得的内在满足感，来自同侪和领导的认可，以及他们所代表的公司的价值观和目标。

**财务收益** —— 品牌建设已成为我们竞争优势的关键来源，我们在品牌建设过程中有许多可提供的内容。雇主品牌建设活动有助于提高员工的质量和忠诚度，从而提升组织绩效。因此，员工和雇主品牌建设增加了利润和市场占有率。

**招聘、留存和参与度** —— 雇主品牌在人才争夺战中越来越被视为一个关键因素。我们将雇主品牌作为招聘工具，并相信它是有效的。此外，成为一个“STAR”（明星员工）不仅关乎招募最优秀的人才，它还意味着让现有员工“融入品牌”，从而造就一个更高效、更忠诚的劳动力。



**Marnelli Cosinas**  
吸引力与雇主品牌领导



## 为什么你的员工感到自豪来上班？

我们的员工因为明白他们所做的工作是有意义的——即通过我们创造的产品帮助人们睡得更好、呼吸得更好、过上更高品质的生活，而感到自豪地来到工作场所。

## 什么时间开始您的企业品牌建设之旅？

ResMed的公司雇主品牌团队只有1年历史。我们始于2021年11月。



Maruska Leticia  
雇主品牌专家



## 什么时间开始您的企业品牌建设之旅？

我们的雇主品牌之旅始于2016年，尽管我们已在克罗地亚市场存在超过50年，拥有非常强大的企业及消费品牌。

我们意识到我们的公司提供了很多，但我们没有足够重视关于我们作为雇主所提供的一切的沟通——无论是针对我们的员工还是我们运营的社区。

在人力资源部和公司传播与市场营销部门紧密合作下，我们激活了雇主品牌，并开始就我们公司的员工体验展开更深入的讨论。

在这个旅途中，我们从与员工的对话中吸取了经验，创造出新的、有意义的员工旅程，对我们过去六年中一起取得的成果非常自豪。

## 雇主品牌如何帮助企业实现其战略目标？

对于我们来说，雇主品牌建设是一个将价值带回公司的工具。如果雇主品牌建设得当，我们讲述的故事确实反映了实际的工作体验，它将对任何吸引和保留挑战产生积极影响，并以积极的方式补充企业品牌和消费者品牌。在某种程度上，成功的雇主品牌建设对盈利底线和业务成果有明确的影响，因为它影响员工体验的质量，从而影响员工的参与度、生产力和效率。





贝纳尔多·诺盖拉·德·奥利维拉  
文化与人群体验

**Deloitte.**



## 如何通过雇主品牌有助于实现公司战略目标？

该影响已在内外部感受到。我们的执行副总裁也成为了我们在招聘过程中的一大差异化和吸引力。

员工人数随着我们组织的发展而增加（4年内从2800人增长至超过5200人）。我们的技术招聘数据也在增加，目标目标（+2500名技术员工、简历、主要大学）方面，这意味着我们在吸引目标人群方面变得更加有效，尤其是技术人才，因为我们的最终目标是成为STEM学生心目中最具吸引力的雇主。

在德勤，我们的宗旨是在社会中、在客户和员工中产生有影响力的影响，履行我们成为无争议全球专业服务领导者的战略。与我们的价值观——引领前行、诚信服务、相互关照、促进包容、合作创造可衡量的影响——保持一致，这正是我们与众不同的地方，是我们员工价值主张的核心和灵魂。

这就是为什么我们的雇主品牌战略已经从企业品牌沟通计划转变为人类体验承诺，我们构建的体验始终关注员工及其对德勤生活的满意度。我们的理念是加强人们所做的事情与他们所激励和鼓舞的事情之间的联系。

为此，我们持续在混合工作模式和办公体验、员工倡导、为健康设计工作和促进多样性与包容性归属感方面开展工作。

一次真正包容的、在混合世界中信任的经历，全球互联，并允许并鼓励人们实现他们的全部潜能





2022



**Adrianna Jeske**  
电子设备经理

**Jerónimo  
Martins**



雇主品牌未来的展望

## 什么时间开始您的企业品牌建设之旅？

我自2020年4月起成为Biedronka的EB梦幻团队的一员——每一天都充满激动，与身边真正明智的人同行，充满了谦逊的旅程。在拥有80,000名员工的Biedronka工作是一个巨大的挑战，但最终——既有巨大的满足感，也有成就感。

## 贵公司在雇主品牌建设方面引以为豪的成就是什么？

在我的日常工作中，我主要关注招聘营销和社交媒体活动。我们进行了许多成功的活动，这些活动基于复杂的数据分析——我个人为我们首次的EB 360°活动Biedronka is US. Everyday感到自豪，到目前为止已有两次航班。我们使用了多样化的媒体，如电视、社交媒体、户外广告，甚至在波兰3200多家Biedronka门店的外部部门等店内空间。这是一个具有广泛覆盖范围的宣传活动示例，我们的主要目标是表彰门店和配送中心的员工。我们对市场反馈的结果和积极评价非常满意。

比得龙卡的雇主品牌也在网络世界中迈出了巨大的步伐——从付费招聘活动，我们从中收到数千份求职者的申请，到我们在Facebook和Instagram上的个人资料，在那里我们展示了我们的员工：他们的激情、倡议以及工作中的日常生活。我们坚信，我们的员工是我们品牌的最佳大使，我们乐意邀请他们成为我们雇主品牌活动的一部分。



2023



谢尼娅·维拉谢克  
人力资源业务合作伙伴



## 贵公司在雇主品牌建设方面引以为豪的成就是什么？

### 幼儿园和快乐乐园

*Ekoenergetyka-Polska*一直希望成为一个支持家庭的雇主。对我们来说，员工能够自然地将职业职责与家庭生活相结合至关重要。这些活动的例子之一是我们的健康计划“我们支持重要时刻”(在结婚或生子时提供财务奖金)。*Ekolucky*——我们为员工，同时也是父母，提供了一个从办公室窗户就能看到的美好、安全和现代化的场所。主要目标是减轻父母在日常生活物流方面的负担。

*Ekolucky*在构建雇主与雇员之间的忠诚度方面做出了显著贡献，同时为家长带来了一种安全感和稳定性。此类设施在该地区独一无二，这使得公司的福利优惠脱颖而出。我们相信，这也是我们成为首选雇主的因素之一——自设施运营一年以来，*Ekoenergetyka-Polska S.A.*的就业人数增加了60%。这同时也是对*Zielona Góra*及周边地区公共和私人设施数量有限的回应。

我们还将员工整合到公司价值观中。创建一个具有技术、生态和语言特征的设施——与公司、其所有者、管理层和员工认为重要的领域相一致。



玛丽亚·布斯迈尔  
初级雇主品牌专员

Glovo



## 您对您所在的行业/领域有何吸引之处？

什么吸引我进入雇主品牌领域，就是它的动态性。我对沟通和内容创作充满热情，而且我也非常喜欢制定策略。在快速变化的雇主品牌环境中工作，给了我结合我喜欢做的事情的机会。

## 你：为什么你觉得EBnavi评估很有价值？

我相信，成为评估的一部分让我们有机会更深入地了解我们EB战略在同行中的差异化，同时，这也给了我们了解在职场中哪些特质能脱颖而出，吸引潜在候选人，以及如何利用这些特质来提升我们作为工作场所的声誉的机会，这一切都基于事实和具体行动，这对于我们来说非常有价值，因为我们正在展现真实自我，坚守真理，这有助于提升忠诚度和信心。



巴尔德加·达里娅  
副通信专员



## 为什么你的员工感到自豪来上班？

基于独立的大卫工作场所研究所进行的年度调查结果，我们很高兴地说，我们的员工对在SII工作感到自豪。他们指出的主要领域包括享受公司成就、客户赞赏、具有挑战性的项目，以及感到责任“不仅仅是工作”。他们还以SII为社会利益而采取的行动感到自豪（包括非常受欢迎的SII Power Volunteers项目和激情赞助计划）。

员工对当前的工作氛围评价积极，将其描述为友好、亲切、愉快和轻松。他们还赞赏他们所属的支持性强、能力出众、志向远大的团队，这些团队由善于沟通且乐于接受新想法的经理们管理。我们特别高兴的是，超过85%的工人表示愿意在SII长期工作，并且超过90%的人自豪地说出自己的工作地点，并向家人和朋友推荐这家公司。



马蒂娜·斯卡尔斯卡  
雇主品牌领导



雇主品牌未来的展望

## 雇主品牌如何帮助实现贵公司的战略目标？

我们的雇主品牌活动始终基于公司的目标和业务需求。我们准备的活动和沟通与公司的使命和愿景保持一致——基于技术创造一个无烟的未来，其中员工和消费者是核心。PMI正在经历我们历史上以及整个行业历史上最大的转型，专注于无烟的未来。我们的转型也反映在我们的雇主品牌策略中，该策略基于多元化和包容性的原则——因为只有作为一支多元化的团队，我们才能实现我们的目标。得益于雇主品牌策略及其目标，我们相信我们可以实现我们的目标，包括建立我们的认可度、展示我们的转型和价值观、创新与发展文化以及创造平等发展环境（例如，由独立的瑞士Eual - Salary Foundation颁发的平等薪酬认证；跨代对话雇主、快乐父母计划）。



贝纳尔多·诺盖拉·德·奥利维拉  
文化与人群体验

**Deloitte.**



## 您的雇主旅程何时开始？

2019年，我们确定了需要挖掘和解决业务中人文方面的改进领域，例如：

1. STEM吸引力较低，因为它是较新的业务单元。
2. 应对不断上升的员工流失率并保留我们的顶尖人才
3. 在2021年葡萄牙雇主品牌排名中，技术学生在Employer Branding Awards中的排名下降：Universum排名第九。
4. 对于商业和技术领域，独特的人才承诺与公司品牌相一致

德勤希望通过与其专业人员共同创作练习，明确其针对人才的价值主张，以产生情感影响并尽可能地保留人才，同时吸引新人才。

为实现这一目标，我们组织了一次员工调查，将之与领导者的愿景相结合，并对葡萄牙学生在乎的东西进行了外部分析。我们得出结论，我们的员工价值主张将有4个主要支柱：

- 您的职业生涯至关重要——我们的人才通过接触激动人心的职业成长和国际经验的机会，成为持续学习旅程的一部分。
- 体验构建者——我们的员工有机会参与极具挑战性的项目，目标是在他们能够触及和看到的范围内产生实际影响。
- 人生教练——我们汇聚各领域最优秀的专家，他们每天相互支持，共同推动创新和变革。
- 赋予您最好的自我——我们坚信在开放友好的工作文化中实现合作。

我们的标语“你永远不会独行”传达了在德勤工作的体验，并已成为我们沟通策略的精髓，贯穿于我们的人才体验之中。它展示了我们的工作方式和建立联系的方法，并使我们的员工体验人性化，将每个人与一个将我们更紧密联系在一起的单一真理联系起来。





Employer  
Branding  
Institute

# 谢谢 !

喜欢您所读到的内容  
? 加入我们了解更多  
!

**EBnavi**

免费审计您的品牌 !

EBstars  
trendscheck |

填写调查问卷  
对于2024 !

EBstars  
academy |

加入我们吧  
每日EB帮助 !

# 研究方法

报告主要基于雇主品牌研究所收集的数据。计算机辅助问卷调查法 ) 通过匿名且非强制性方式 在线调查 在2022年5月至11月期间使用Typeform工具进行调研。受访者数量 = 387。

问题列表 ( 食堂位置可在报告中找到或根据要求获取 ) :

- 您的公司是否以任何形式定义了EVP ( 雇主价值主张 ) ?
- 贵公司接下来12个月内将遵循哪些主要雇主品牌目标 ?
- 最重要的您EVP提案要素有哪些 ?
- 贵公司在哪家公司负责雇主品牌活动 ?
- 它有多大一支团队 ? 在您的公司中 , 有多少全职员工参与EB ?
- 什么是您公司最关键的三个雇主品牌关键绩效指标 ( KPIs ) ?
- 在以下哪些招聘/EB渠道中 , 您计划在未来12个月内投入更多 ?
- 你认为您的电子预算 ( EB ) 在接下来的一年 ( 或多年 ) 将会呈现什么样子 ?
- 您的雇主品牌建设方面面临的主要挑战是什么 ?
- 以下哪些是提供给员工的 ?
- 如果现在不实施 , 您认为以下哪项重要并计划在最近将来引入 ?
- 新冠疫情及其后续影响如何影响了您的企业品牌 ( EB ) 和雇主价值主张 ( EVP ) ?
- 总的来说 , 您将如何评估您企业品牌 ( EB ) 活动的成熟度和有效性 ?
- 您的主要电子学基础 ( EB ) 学习和开发需求是什么 ?
- 您认为EB的未来是什么 ?

## 关于受访者的信息

行业 :

新技术、咨询、制药、银行、能源、生产、媒体、零售、建筑业、快速消费品 ( FMCG ) 、美食学与运输

国家 :

波兰、美国、葡萄牙、英国、德国、加拿大、印度、墨西哥、荷兰、巴西、希腊、乌克兰、白俄罗斯、克罗地亚、罗马尼亚、西班牙、法国、马耳他、菲律宾、塞尔维亚、新加坡、瑞士、越南、阿根廷、澳大利亚、奥地利、保加利亚、中国、芬兰、立陶宛、巴拿马、俄罗斯、瑞典和阿拉伯联合酋长国

公司规模 :

从1-10人到1000+员工

## 其他链接和来源在报告中使用

- <https://hbr.org/2022/08/quiet-quitting-is-about-bad-bosses-not-bad-employees>
- <https://joshbersin.com/2023/01/hr-technology-for-2023-whats-hot-whats-not/>
- [https://ravio.com/get-started/?utm\\_source=brainfood](https://ravio.com/get-started/?utm_source=brainfood)
- <https://jobs.nike.com/pl/>
- <https://emtemp.gcom.cloud/ngw/globalassets/en/human-resources/documents/trends/global-talent-monitor.pdf>
- <https://www.gartner.com/smarterwithgartner/9-future-of-work-trends-post-covid-19>