

《雇主品牌建设与企业文化》

传统企业价值创新与商业模式设计

主讲：杨明

【课程背景】

经济全球化及互联网的发展使全球人才争夺前所未有地激烈，同时也出现了全球性技术、业务骨干的短缺，吸引、留住优秀的雇员将成为企业人力资源管理的战略目标。传统的以提高待遇为主的战略，对手易效仿，经营成本大幅攀升，难以适应全球化、网络化时代的要求，客观上决定了企业必须探索新的战略以适应新的时代。一些具有强烈吸引力的公司的经验表明：创立并保持雇主品牌形象，是在人力资源市场赢得持久性竞争优势的战略选择。

【课程设计】



【课程收益】

1. 了解企业人力资源管理的一切工作要以创立雇主品牌为思考的出发点
2. 了解企业要创立雇主品牌，必须重视感情文化的作用，着力培植感情文化
3. 掌握企业与员工沟通的工具、技巧、方法
4. 掌握雇主品牌建设方法、流程、工具

5、掌握人力资源从业者是企业文化&雇主品牌建设的宣传队、播种机

【课程特色】 实战性强、注重创新；95后/00后逐渐成为职场主力军、乌卡时代的不确定性，加剧促成企业在文化氛围、价值观引导方面求新、求变。

【课程时间】 1—2天，6小时/天

【课程对象】 一线业务负责人、HRD、人力经理/主管、企业文化经理、品牌经理、总助

【课程大纲】

第一部分：雇主品牌与企业文化

1. 雇主品牌如何建立

- 1) “最佳雇主”不是大企业的专利
- 2) 什么是雇主品牌？
- 3) 雇主品牌建立的关键步骤、如何打造
- 4) 优秀人才如何被优秀雇主吸引？员工在乎企业的社会责任吗？

2. 企业文化内涵

- 5) 企业文化含义&特点；定义
- 6) 企业文化同心圆模型、体系、层次
- 7) 企业文化误区、功能

第二部分：企业文化&雇主品牌建设

1. 企业文化建设

- 1) 企业文化如何形成：自上而下、自下而上 相互推动 共同促成
- 2) 企业文化制度化、体系化沉淀和萃取
- 3) 企业文化（核心价值观、愿景）筛选
- 4) 企业文化落地体系框架

2. 雇主品牌建设

- 1) 外部：提高企业在人才市场的知名度和美誉度
- 2) 内部：提升现有人才对企业的忠诚度和敬业度
- 3) 雇主品牌与人力资源实践

第三部分：雇主品牌建设如何导入企业文化建设

1. 雇主品牌如何导入企业文化建设

- 1) 内部员工对企业文化与雇主品牌的现有认知
- 2) 职能部门设定：人力资源、营销部与总裁办的关系
- 3) 雇主品牌设计：F, A, M, E系统：特征，角度，情绪，证据
- 4) 高管的参与方法：协导式工作室
- 5) 企业文化与雇主品牌的执行系统：P, I, T：设计，执行，衡量效益

2. 人力资源部在企业文化导入和雇主品牌建设中的角色

- 1) HR是企业文化的播种机、宣传者、麦田守护者
- 2) HR是雇主品牌的窗口（新员工面试、客人来访、校招、拓展培训）
- 3) 人力资源制度（员工手册、考勤制度、晋升&培训&差旅报销等）

与企业文化的契合和实时调整

第四部分：企业文化&雇主品牌建设的重要性

2. 乌卡时代背景下，企业竞争力如何提升

- 1) 社会外部对企业的影响：

信息数字化&透明化；国际化；社交媒体化；行业融合化；

2) 组织发展对企业的影响：

企业间的人才竞争加剧；劳动规范化；人才成本增加

3. 95后、00后员工激励的三大利器

1) 80%以上的核心人才离职原因薪资不是第一位

2) 激励员工的三大利器：专业性、自主性、使命感

3) 如何有效实施运用这三大利器