

Spis treści

Wstęp	9
--------------------	---

Część 1: Marka a biznes

Anna Macnar

Strategiczne zarządzanie organizacją i jej markami. Misja, wizja, wartości i EVP jako filary sukcesu	13
--	----

Magdalena Gawłowska-Bujok

Budowanie firmy opartej na wartościach, czyli jak (s)tworzyć, pielęgnować i komunikować autentyczny wizerunek organizacji, która wierzy w to, co mówi i robi.....	23
---	----

Anna Mikulska / Adrian Juchimiuk

Strategia EB praktycznie, czyli jak uniknąć popularnych błędów i sprawnie opracować strategię twojej marki pracodawcy.....	31
--	----

Marta Śliwińska / Biedronka / Partner

Employer branding to nie sprint. Historia maratonu pod hasłem „Biedronka to MY. Codziennie”	37
--	----

Aleksandra Przegalińska

Praca przyszłości: niezbędne kompetencje w dobie generatywnej AI	43
--	----

Aleksandra Kręgielska-Rolla / Lidl / Partner

Czy synergia to czary, czyli jak robi to Lidl?	51
--	----

Część 2: Podróż kandydatów i kształtowanie ich doświadczeń

Urszula Zając-Pałdyna

Employer branding a doświadczenie kandydata. Jak stworzyć pozytywne doświadczenie rekrutacyjne i zbudować silny wizerunek pracodawcy?	59
---	----

Maja Gojtowska

Doświadczenia kandydatów – projekt, który nigdy się nie kończy	65
--	----

Mateusz Jabłonowski

Diversity & Inclusion w działaniach EB. Jak projektować podróż kandydata, która dociera do różnych grup i nikogo nie wyklucza.....	75
--	----

Katarzyna Czajkowska / Magdalena Gładysz / Alicja Mroczkowska

Dobre praktyki związane z onboardingiem i offboardingiem.....	85
---	----

Część 3: Kultura organizacyjna i środowisko miejsca pracy

Jakub Smarz

Spójny ekosystem wizerunku organizacji jako klucz do budowania silnej marki pracodawcy	95
--	----

Joanna Tonkowicz Moc osobowości i różnorodności. Jak badanie talentów wpływa na efektywność, komunikację, kulturę organizacyjną i biznes	103
Monika Kantowicz-Gdańska Strategia rozwoju pracowników a strategia biznesowa firmy	115
Marzena Strzelczak Zrównoważony rozwój w employer branding, czyli jak uwzględnić wartości zrównoważonego rozwoju i społecznej odpowiedzialności w strategii EB.....	123
Dominik Górka Live Experience. Doświadczanie, które zmienia wszystko	133
Piotr Alberski / Maciej Kwaśniewicz / Agata Sikora-Witkowska / XO Media / Partner Jak budować silny wizerunek pracodawcy i utrzymać zaangażowanie pracowników w środowisku pracy zdalnej?	143
Katarzyna Rząsa Lekcja Ozziego Osbourne'a i Króla Karola, czyli skuteczna empatia w tworzeniu rozwiązań dla osób pracujących w twojej organizacji.....	147

Część 4: Employer branding zaczyna się od środka

Justyna Jedlińska Komunikacja wewnętrzna – główny bohater konkurencyjnych firm.....	155
Urszula Podraza Kryzys? Zaufaj mocy komunikacji.....	165
Joanna Kotzian Jak zadbać o dobrostan pracowników i ułatwić sobie pracę w EB?	175
Iwona Grochowska Feedback, docenianie i ich kluczowa rola w pracy	185
Agnieszka Czmyr-Kaczanowska / Anna Łabno Pracujący rodzice. Co o nich wiemy i jakiego wsparcia potrzebują?	193
Marlena Chojecka-Bek / PZU / Partner Organizacja w dobrym stanie, czyli jak zaangażowaliśmy ludzi PZU, by oswajać technologie i nową rzeczywistość	203

Część 5: Budowanie społeczności wokół marki

Olga Żółkiewicz Tylko content nas uratuje, czyli jak tworzyć treści, które zdobędą serca kandydatów	213
Dagmara Pakulska Employee advocacy w social mediach, czyli jak robić to dobrze na LinkedInie.....	223

Marcin Sokołowski / Sharebee / Partner Employee advocacy – dlaczego niektórym firmom się udaje, a innym nie?	233
--	-----

Część 6: Badanie i mierzenie efektywności działań

Daria Siwka Poznaj, aby działać. O roli badań w EB.....	243
Barbara Zych Jak projektować skuteczne procesy employerbrandingowe.....	251
Adam Wąsik Mierzenie efektywności EB, czyli jak ocenić skuteczność działań i inwestycji w EB.....	261
Jan Zając / Klaudia Żyłka Jak realizować działania EB w social mediach i analizować rezultaty.....	271

Część 7: Komunikacja zewnętrzna marki pracodawcy

Anna Ledwoń-Blacha Marka pracodawcy na zewnątrz, czyli jak powinna wyglądać dobrze zaplanowana i wykonana strategia komunikacji zewnętrznej.....	281
Julia Bojanowska Czy znasz swoich odbiorców? Porozmawiajmy o personach w komunikacji marki pracodawcy	293
Adrian Martinez Czerwone ferrari, czyli słów kilka o marketingu rekrutacyjnym i reklamie w employer branding. Jak powinna wyglądać dobrze zaplanowana i wykonana strategia komunikacji zewnętrznej	301
Edyta Sander University relations czy eventy? Jak zadbać o relację z kandydatami poprzez przygotowanie projektu na uczelni.....	307
Patryk Adamczyk / Maciej Hassa Social media w employer branding. Dają równie dużo, ile potrafią zabrać	313

Część 8: Narzędzia EB-owca

Maciej Radziemski Jak wyjść poza schemat? Innowacyjne podejście do strategii EB i nowe narzędzia	325
Tomasz Duda Sztuczna inteligencja w HR i employer branding. Nowe narzędzia, nowe możliwości	333
Szymon Motławski Employer branding okiem kamery	345