

และฝึกอบรมพนักงานอีกด้วย

3. Employment Branding ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของบริษัทในระยะยาว จากที่ได้กล่าวในข้างต้นแล้วว่า การทำ Employment Branding เป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างผู้บริหารระดับสูง ฝ่าย HR และฝ่ายการตลาด ดังนั้นการสื่อสารภาพลักษณ์องค์กรออกสู่สายตาสาธารณะจึงเป็นการสื่อถึงปณิธาน วิสัยทัศน์ วัฒนธรรมการทำงาน และเกียรติภูมิที่ดีของบริษัท อันส่งผลครอบคลุมถึงภาพลักษณ์ของบริษัท ในฐานะเป็นองค์กรธุรกิจ ในฐานะนายจ้าง ในฐานะผู้ผลิตสินค้าและบริการ อันเป็นภาพลักษณ์โดยรวม ดังนั้นการลงทุนทำ Employment Branding จึงเป็นกิจกรรมที่ทำแล้วคุ้มเพราะได้โฆษณาบริษัทในหลายๆ ด้าน ไม่เหมือนการโฆษณาขายสินค้า ที่ขายเฉพาะสินค้าเท่านั้น

วิเคราะห์แล้วการทำ Employment Branding ดูจะมีประโยชน์หลายประการ แต่ก็มีข้อควรระวังคือ อย่าหลงกลวง และอย่าสร้างภาพลักษณ์ที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริงเท่านั้น ในลำดับต่อไปจะพูดถึงเคล็ดลับในการทำ Employment Branding ให้ประสบความสำเร็จ

เคล็ดลับสู่การทำ Employment Branding ให้ประสบความสำเร็จ

1. ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารระดับสูง ข้อนี้ลืมไม่ได้เด็ดขาดเจ้าค่ะ ถ้า HR อยากทำงานอะไรให้สำเร็จและให้เจ้านายสนับสนุน HR ต้องเข้าไปปรึกษาหารือกับผู้บริหาร จะได้มีข้อมูลที่ถูกต้อง ไม่สื่อภาพลักษณ์ผิดพลาด

2. ปรึกษากับฝ่ายการตลาด ในเมื่อ HR ไม่ได้เชี่ยวชาญงานการตลาดโดยตรง ดังนั้นเพื่อให้เสียเวลาลองผิดลองถูก ก็ให้ไปปรึกษาทำงานร่วมกับฝ่ายการตลาดให้เขาช่วยวางกลยุทธ์เสียเลย งานนี้น่าจะได้ความร่วมมือจากการตลาดด้วยดี เพราะเป็นการช่วยการส่งเสริมการขายอยู่แล้ว

3. เลือกสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย แม้จะมีฝ่ายการตลาดมาช่วยวางกลยุทธ์ให้ แต่ HR ต้องช่วยทำการบ้านด้วย โดยต้องไปสำรวจหาข้อมูลว่าบุคลากรที่เป็นกลุ่มเป้าหมายนั้นชอบอ่าน ฟัง และดูสื่ออะไร เช่น ถ้าเป็นพนักงานระดับบริหารชอบอ่านวารสารอะไร ชอบเล่นอินเทอร์เน็ตไหม ฟังรายการวิทยุสถานีไหน และรายการอะไร จะได้เลือกสื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

4. เลือกสื่อเรื่องราวที่แสดงความสำเร็จขององค์กร โดยผ่านพนักงานคนเก่งคนดัง HR ต้องไปทำการบ้านอีกว่ามีพนักงานของบริษัทคนใดที่เป็นดาวเด่นเป็นที่รู้จัก หากได้บุคคลนั้นมาพูดถึงบริษัทในแง่ที่ดี จะทำให้มีน้ำหนักมากต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร แต่ถ้าไม่มีก็ไม่มีไร ให้นำเสนอเรื่องราวที่อาจถือเป็น "กรณีศึกษา" (Case) ที่แสดงถึงความสำเร็จของบริษัทก็ได้ เช่น การได้รับรางวัลต่างๆ หรือในกรณีที่ยังไม่มีเกียรติภูมิอะไรที่เด่นชัดสักอย่าง ก็ให้เลือกแสดงจุดเด่นที่คิดว่าอยู่ที่ลูกจ้างจะประทับใจก็ได้

5. การทำ Employment Branding เป็นการลงทุนระยะยาว และต้องทำอย่างต่อเนื่อง ข้อนี้ต้องขอให้จำให้แม่น กิจกรรมนี้ไม่เหมือนกับการโฆษณาขายสินค้า ที่จะโฆษณาเมื่อตอนจะออกสู่ตลาด หรือตอนจะลดราคากระหน่ำซัมเมอร์เซลส์ แต่การทำ Employment Branding เป็นกิจกรรมที่หวังผลในระยะยาว ดังนั้นต้องทำอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่ทำเฉพาะตอนอยากรับสมัครพนักงานเท่านั้น ทั้งนี้เพราะการทำแผนงาน Recruitmentเชิงรุกหมายความว่า HR ต้องมี List รายชื่อของ Candidates สำรองไว้ในฐานข้อมูลอยู่ตลอดเวลาพร้อมใช้เสมอ

เรื่องของ Employment Branding ก็เอวังด้วยประการฉะนี้ O