

HR Summit 2019: „Budování značky zaměstnavatele“

Budování značky zaměstnavatele bylo tématem již 3. ročníku HR Summit, který se konal dne 15. 5. 2019 v hotelu Imperial Praha. Na akci se zúčastnilo mnoho zajímavých mluvčích, a to jak z korporátní, soukromé i státní sféry.

Atraktivní značka zaměstnavatele pomáhá. Budování značky zaměstnavatele (Employer Branding) spočívá v systematickém vytváření a sdílení pozitivní zaměstnanecké zkušenosti. Hlavním nástrojem je promyšlená personální komunikace se současnými, budoucími i bývalými zaměstnanci. Employer Branding je dlouhodobý a nepřetržitý proces.

Značka zaměstnavatele vzniká v myslích lidí, kteří ve firmě pracují, pracovali anebo teprve pracovat chtějí. Tvoří ji myšlenky, pocity a očekávání získané

díky předchozí zkušenosti s konkrétní firmou v roli zaměstnavatele. Pokud je tato zkušenost pozitivní, je značka zaměstnavatele vnímána jako atraktivní. Atraktivní značka zaměstnavatele přitahuje ty správné lidi. A správní lidé na správném místě dělají tu nejlepší práci. Co řekli mluvčí k letošnímu nosnému tématu?

PRVNÍ BLOK

Prvním mluvčím třetího ročníku HR Summit 2019 byl strategický poradce a customer experience designer Pavel

Šárka Fričová již potvrdila termín konání 4. ročníku HR summitu, který se bude konat 12. 5. 2020 opět v hotelu Imperial a tématem bude: Moderní HR nástroje a návrat k firemním hodnotám.

Adam Digrín. Soustředění bylo na „Kmen a mýtus“ – zapomenuté pojmy v dnešním světě a organizacích či skrytá působící síla, kterou nevidíme. V prezentaci se odrazily mnohaleté zkušenosti v systemickém koučování a doprovázení organizací při změnách komunikační strategie, vývoji nových služeb či systémů organizace. Rovněž tak důvěra v princip minimalismu, sílu mytologie a příběhů v našem myšlení a intuitivní formy řízení.

Dalším z mluvčích byl Petr Lucký, výkonný ředitel společnosti DataCentrum systems & consulting, který nás provedl nejnovějšími trendy zpracování mezd. V prezentaci zazněly novinky týkající se informačních systémů či oddělení outsourcingu mezd a HR procesů.

Třetí mluvčí byla Kateřina Sadílková, generální ředitelka Úřadu práce ČR, tématem prezentace byla situace na trhu práce. Podíl nezaměstnaných se podle údajů pracovního úřadu k 30. dubnu snížil z březnových tří procent o 0,3 pro-



FOTO: ARCHIV HR SUMMIT

HR Summit svým záběrem různorodých mluvčích opět potvrdil, že se jedná o unikátní událost v oblasti personalistiky a byznysu.



FOTO: ARCHIV HR SUMMIT

Moderace HR Summitu se opět ujal zkušený profesionál Honza Smetana, komentátor a moderátor České televize.

centního bodu. Ještě výrazněji klesla nezaměstnanost meziročně, protože loni v dubnu činila 3,2 procenta. Zároveň stoupl meziměsíčně i meziročně počet volných míst, kterých úřad evidoval ke konci dubna téměř 340 tisíc.

DRUHÝ BLOK

Druhý blok zahájil Jiří Landa, partner & employer brand strategist ze společnosti Brand Bakers, tématem jeho prezentace bylo, chcete značku zaměstnavatele, tak ukažte, kdo skutečně jste. V prezentaci bylo zdůrazněno krédo mluvčího, kterým je „Hlavně žádné lakování na růžovo. Kandidát stejně brzy zjistí, jak to u nás ve firmě funguje“.

Dalším mluvčím byl Jan Klusoň, spoluzakladatel prvního kariérního showroomu Proudly, který nám představil přínosy kariérního showroomu. Přednáška byla zacílena nejen na Employer Branding, ale i na HR marketing a firemní kulturu.

TŘETÍ BLOK

Po společném obědě v restauraci Café Imperial zahájil Ctirad Nedbálek, HR ředitel společnosti Albert ČR, se soustředěním na důležitost budování značky zaměstnavatele. Prezentace zahrnovala velmi praktické příklady, rady a doporu-

čení, jak postupovat při budování značky konkrétní firmy.

Následovalo téma praktické personálistiky vedoucí k posílení značky zaměstnavatele, které nám představil Petr Slezák, personální ředitel CEE VEOLIA. Jednalo se o velmi prakticky pojatou prezentaci vycházející z mnohaleté praxe v oblasti řízení lidských zdrojů.

ČTVRTÝ BLOK

Poslední, čtvrtý blok zahájil Gorjan Lazarov, generální ředitel OREA Hotels & Resorts, který nám představil novou Oreu. Dozvěděli jsme se mnoho informací ohledně posílení značky zaměstnavatele v rámci největšího hotelového řetězce v České republice.

Následovala prezentace na téma důležitosti komunikace při budování značky zaměstnavatele, které nám odprezentoval Pavel Vlček, předseda výkonného výboru PR klubu. Prezentace nás provedla především různými pohledy odlišných generací na dění ve společnosti a důležitosti budování značky zaměstnavatele. Všem prezentujícím patří naše velké poděkování.

ZÁVĚREM

Employer branding je stále více v kurzu a každá informace, statistika či praktická

zkušenost pro nás všechny je inspirací pro další kroky.

HR Summit svým záběrem různorodých mluvčích opět potvrdil, že se jedná o unikátní událost v oblasti personálistiky a byznysu. A stejně jako minulý rok byl zakončen tombolou o hodnotné ceny, mezi nimiž byl víkendový pobyt v luxusním hotelu, voucher na zpracování mezd či kosmetický balíček. Letošní HR Summit se dá hodnotit jako nejsilnější ročník, který u nás nemá obdoby.

Ještě jednou patří poděkování partnerům, bez jejichž podpory by se 3. ročník HR Summitu nekonal.

Poděkování patří těmto společnostem: VEOLIA, OREA Hotels & Resorts, ALBERT, AVON, Česká pošta, DATA-CENTRUM, HERVIS, OKIN, Party World, PR Klub, EDUCITY a HR News.

Druhý blok zahájil Jiří Landa ze společnosti Brand Bakers, tématem jeho prezentace bylo, chcete značku zaměstnavatele, tak ukažte, kdo skutečně jste. V prezentaci bylo zdůrazněno krédo mluvčího „Hlavně žádné lakování na růžovo. Kandidát stejně brzy zjistí, jak to u nás ve firmě funguje“.

Rovněž tak poděkování patří za mediální partnerství Profí HR, za záštitu Univerzitě Karlově a ČVUT MÚV a odbornému garantovi, kterým byl Úřad práce ČR.

Jednatelka společnosti BeeMedia, s.r.o., Šárka Fričová, již potvrdila termín konání 4. ročníku HR Summitu, který se bude konat 12. 5. 2020 opět v hotelu Imperial a nosným tématem bude Moderní HR nástroje a návrat k firemním hodnotám. X