

# ВЛИЯНИЕ БРЕНДА РАБОТОДАТЕЛЯ НА УРОВЕНЬ ВОВЛЕЧЕННОСТИ ПЕРСОНАЛА

## ПО МНЕНИЮ HR МЕНЕДЖЕРОВ

Если **БРЕНД РАБОТОДАТЕЛЯ СИЛЬНЫЙ**, то сотрудники

- считают корпоративные цели и собственные должностные обязанности более прогрессивными,
- в большей степени доверяют мотивационной системе и системе оценке результатов,
- реже меняют место работы (текучесть персонала ниже среднего по рынку).

HRы верят, что сотрудник компании с сильным брендом работодателя скорее всего, откажется от предложения конкурентов с более высоким (+10%) окладом.

Сильный бренд работодателя

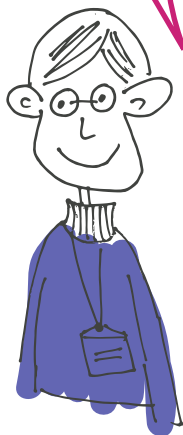
**НЕ ВЛИЯЕТ** на:

- готовность сотрудников выполнять больше обязанностей,
- дисциплину на работе,
- доверие к кадровым решениям.

Кандидаты

- связывают личную стоимость на рынке труда с брендами бывших работодателей,
- выбирают работодателя с сильным брендом, чтобы использовать возможность подняться по карьерной лестнице и расширить свои профессиональные знания.

HRы отмечают, что для кандидатов имя компании приоритетнее позиции, репутация работодателя важнее бренда (продукта) компании.



HRы считают, что бренд работодателя **ЗНАЧИТЕЛЬНО БОЛЬШЕ**, чем отображение текущего положения компании на рынке или часть маркетинговой и PR стратегии.