

TALENT HUG

XÂY DỰNG THƯƠNG HIỆU

TUYỂN DỤNG CHO DOANH NGHIỆP



1

TỔNG QUAN



VẤN ĐỀ CỦA DOANH NGHIỆP

- **KPIs tuyển dụng không đạt yêu cầu.** Tỷ lệ trung bình trên thị trường tuyển dụng

15 hồ sơ – 5 đủ yêu cầu – 3 được phỏng vấn – 1 được tuyển

- Chưa định hình các giá trị hấp dẫn ứng viên và có chiến lược thương hiệu nhà tuyển dụng
- **Thiếu nguồn nhân** lực giỏi và phù hợp
- **Khó tiếp cận** người tài, đặc biệt ở những vị trí cao và đặc thù
- Gặp **vấn đề khi giữ chân nhân tài**

Nguồn: Vietnamworks





“

Đối với thương hiệu công ty, truyền miệng qua khách hàng là kênh truyền thông đáng tin cậy. Đối với thương hiệu nhà tuyển dụng, điều tương tự cũng xảy ra đối với nhân viên trong công ty

TALENT HUG

Talent Hug là dịch vụ xây dựng chiến lược thương hiệu tuyển dụng giúp doanh nghiệp

Tiếp cận với
nguồn nhân
lực giỏi và phù
hợp



Thu hút
nhân tài



Giữ chân
nhân tài

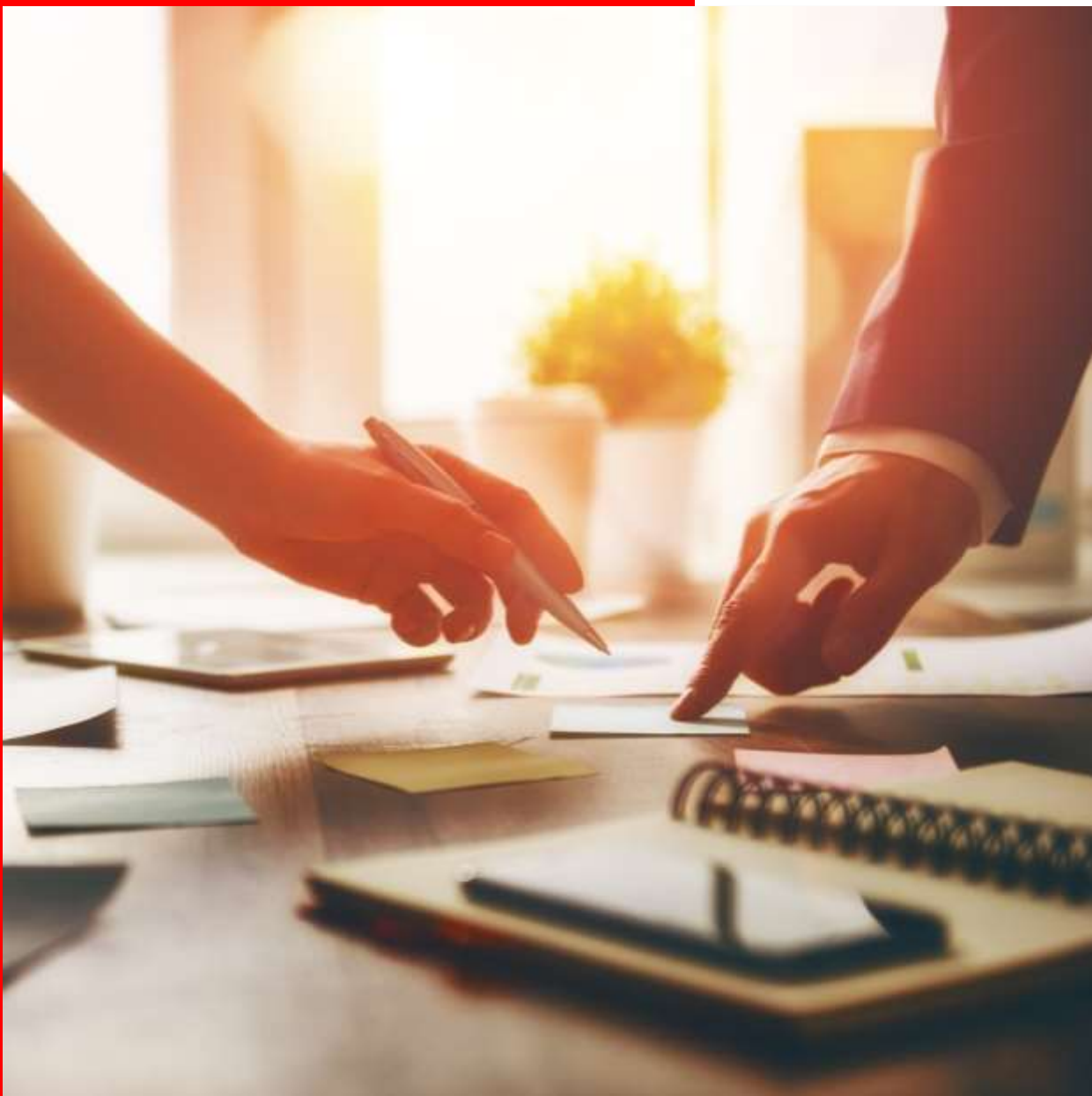


Tăng khả năng
cạnh tranh



Giảm chi phí
tuyển dụng





CÁC DỊCH VỤ TALENT HUG



Khảo sát xác định giá trị hấp dẫn ứng viên của nhà tuyển dụng (*Employee Value Proposition*)



Xây dựng chiến lược thương hiệu tuyển dụng (*Employer Brand Strategy*)



Xây dựng kế hoạch hành động



Triển khai các chương trình hành động

BỐI CẢNH

Nguồn: ManpowerGroup, JobStreet và Novo Group

SỰ LÊN NGÔI CỦA DOANH NGHIỆP XÃ HỘI (*SOCIAL ENTERPRISE*)



>75%

Các ứng viên đều tìm kiếm thông tin của nhà tuyển dụng trên các trang mạng xã hội, website hoặc báo chí trước khi quyết định ứng tuyển và đến tham dự phỏng vấn

56%

Ứng viên toàn cầu hiện nay cho rằng thương hiệu nhà tuyển dụng đang trở nên quan trọng hơn rất nhiều

50%

Ứng viên sẽ từ chối công việc nếu thương hiệu công ty không đủ mạnh mẽ. Ngược lại, nhà tuyển dụng có thương hiệu tốt trên thị trường sẽ thu hút gấp đôi các ứng viên so với công ty đối thủ

2

GIẢI PHÁP



TẠI SAO TALENT HUG LẠI CẦN THIẾT?

Với mỗi doanh nghiệp khi tuyển dụng, quan trọng nhất phải trả lời được câu hỏi của nhân viên tương lai:

Tại sao tôi nên chọn làm việc ở đây? Công ty có phải là nơi tốt để tôi làm việc?

Điều gì ở công ty khác với những doanh nghiệp khác cũng đang mời gọi tôi?

TALENT HUG

VỚI DOANH NGHIỆP,
NHÂN VIÊN,
ỨNG VIÊN



TALENT HUG VỚI DOANH NGHIỆP

Tăng giá trị
thương hiệu

Truyền cảm
hứng cho
nhân viên

Gây ấn tượng
với ứng viên

Tăng tỉ lệ tiếp
cận ứng viên

Tinh lọc mục
tiêu tuyển
dụng

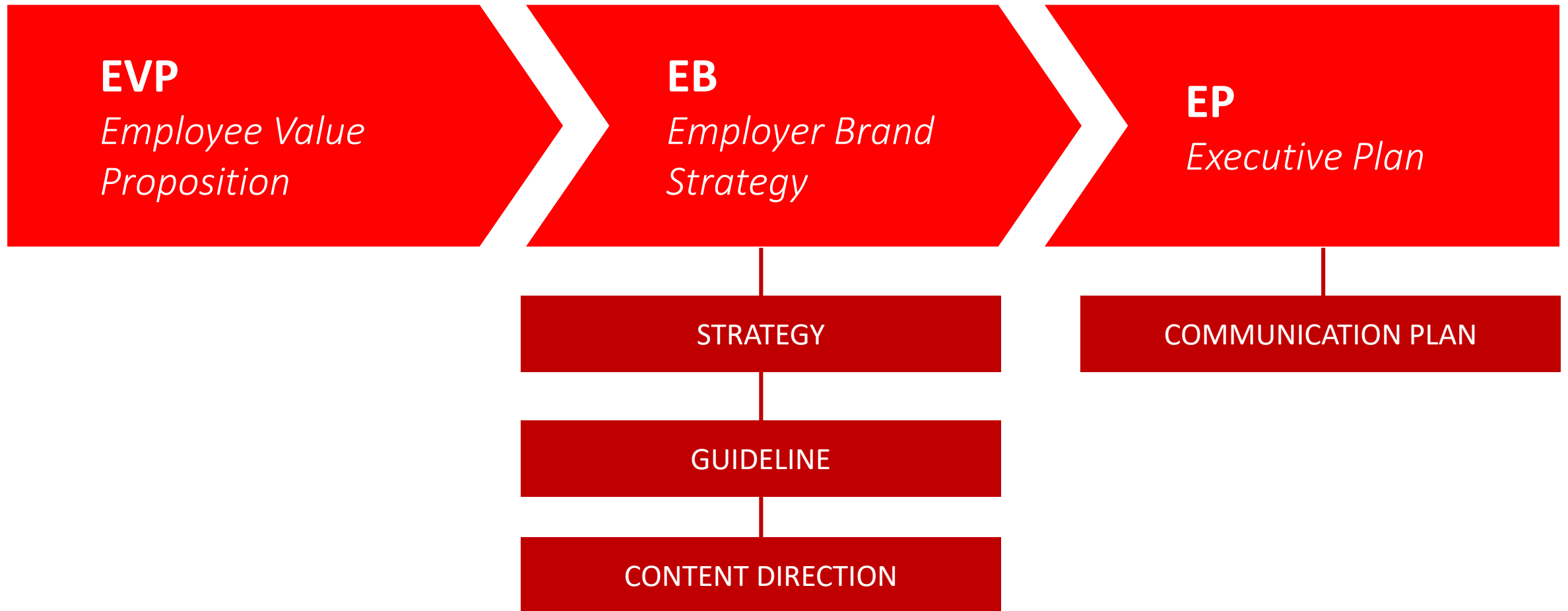
Giảm cạnh
tranh về thù
lao

TALENT HUG

VỚI DOANH NGHIỆP,
NHÂN VIÊN,
ỨNG VIÊN



QUY TRÌNH CỦA TALENT HUG – 3E



EVP – EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

TÌM EVP

Hướng tiếp cận

Nhân viên doanh nghiệp và ứng viên tiềm năng là các đối tượng cần nghiên cứu kỹ khi xác định EVP

Thương hiệu -> EVP phải phù hợp với định vị thương hiệu

Giá trị cốt lõi -> EVP Cần thể hiện các giá trị cốt lõi và tìm người phù hợp với giá trị cốt lõi

Văn hóa doanh nghiệp -> EVP nên thu hút những người có thể làm giàu văn hóa cho doanh nghiệp

Chiến lược phát triển doanh nghiệp -> EVP nên đơn giản nhưng đủ rộng để tiếp cận nhiều đối tượng khác nhau và có DNA riêng của doanh nghiệp

EVP – EMPLOYEE VALUE PROPOSITION

TÌM EVP

Employee Wish-list

Tìm hiểu đối tượng mục tiêu
- ứng viên. Tìm ra mong
muốn về môi trường làm
việc tốt của nhân viên

=> Nghiên cứu và khảo sát

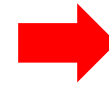


EVP

So sánh, đối chiếu với các
đối thủ để tìm ra thế mạnh
và lợi thế cạnh tranh của
doanh nghiệp

Sử dụng 6 battle fields

=> Tìm ra EVP của doanh
nghiệp



Measure & Test

- Đo lường và kiểm tra EVP để có những điều chỉnh phù hợp.
- Tính sáng tạo
- Tính chính xác
- Tính phù hợp
- Đo lường kết quả thu được

EB – *EMPLOYER BRANDING STRATEGY*

EB STRATEGY

Chiến lược thương hiệu
tuyển dụng

EB Strategy cho nhân viên hiện tại

EB Strategy cho nhân viên tương lai

EB – EMPLOYER BRANDING STRATEGY

*Xây dựng chiến lược thương hiệu tuyển dụng **theo EVP** của doanh nghiệp*

MỤC TIÊU EVP

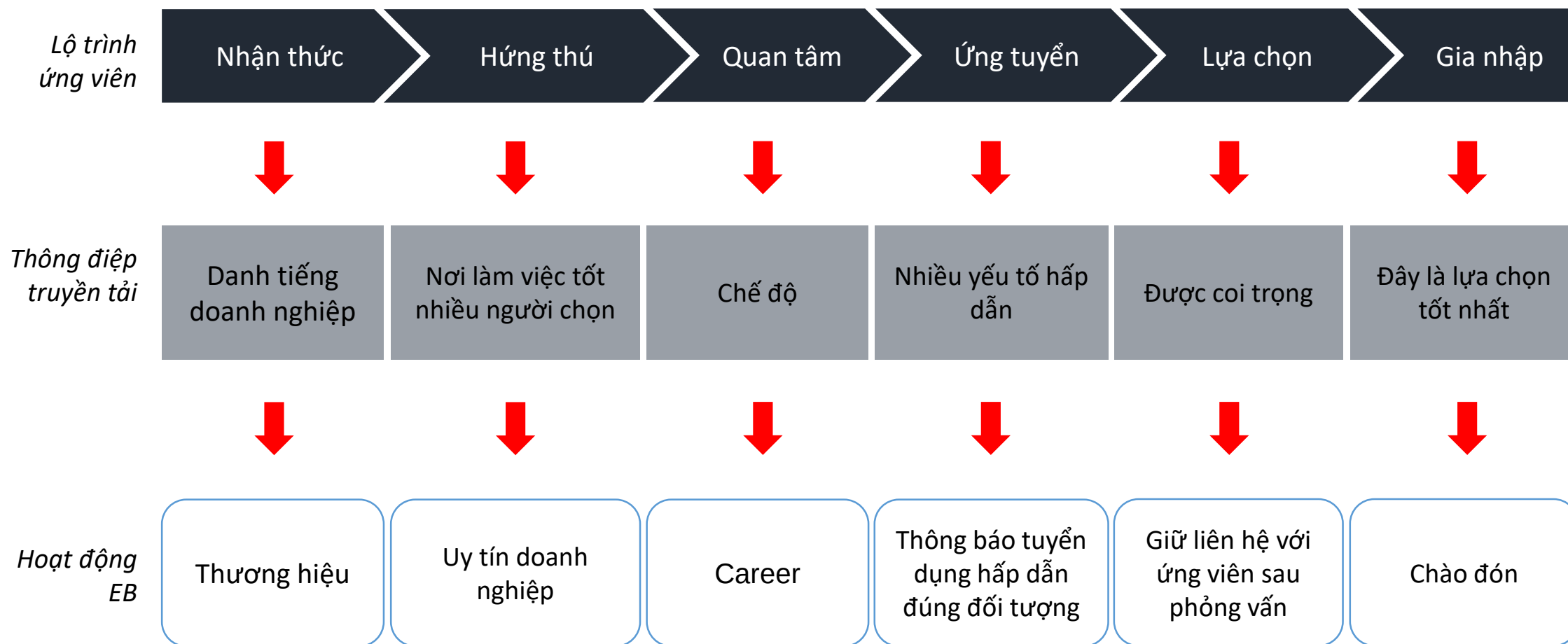
HOẠT ĐỘNG EB

KẾT QUẢ



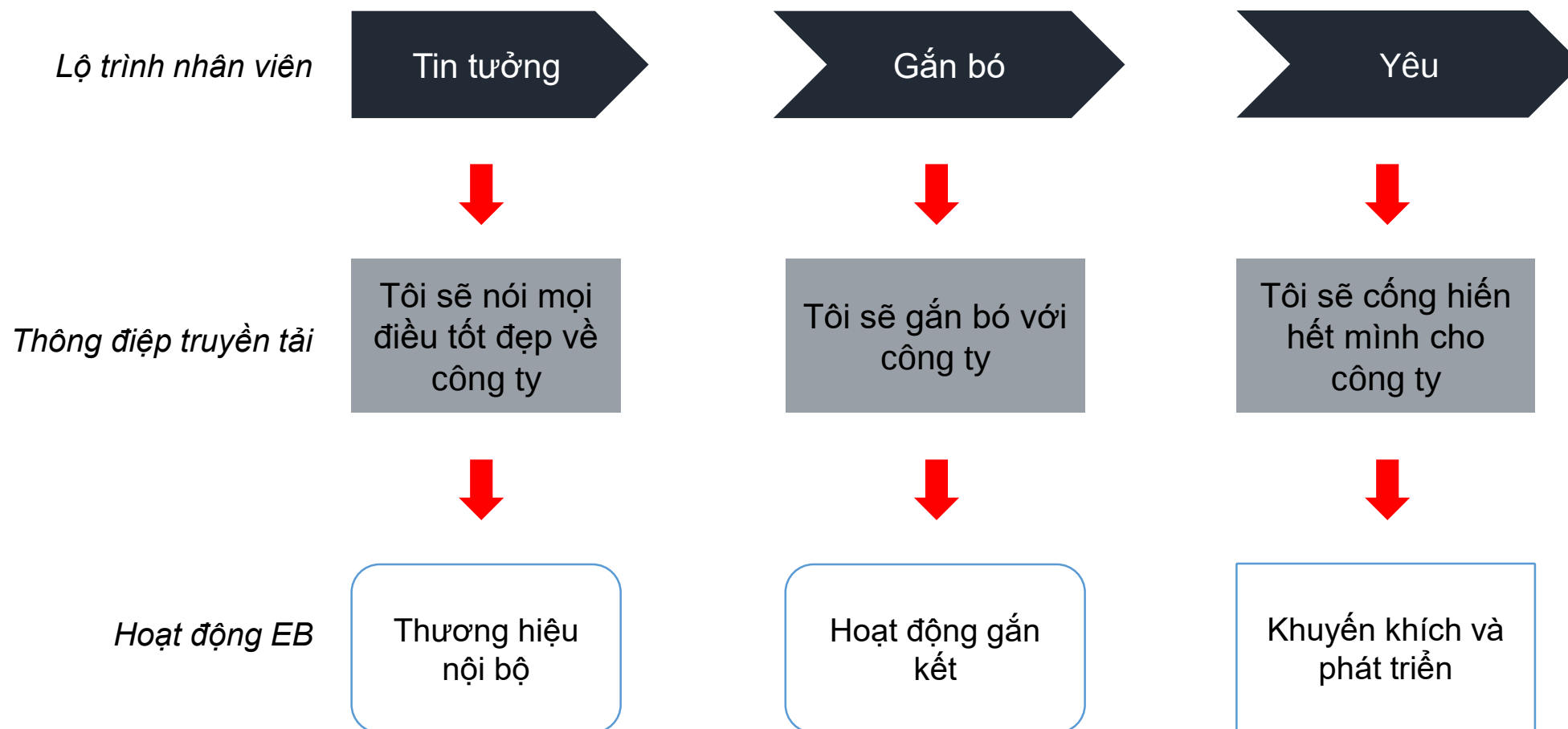
EB – EMPLOYER BRANDING STRATEGY

Với nhân viên tương lai: *Chiến lược xây dựng theo lộ trình ứng viên*

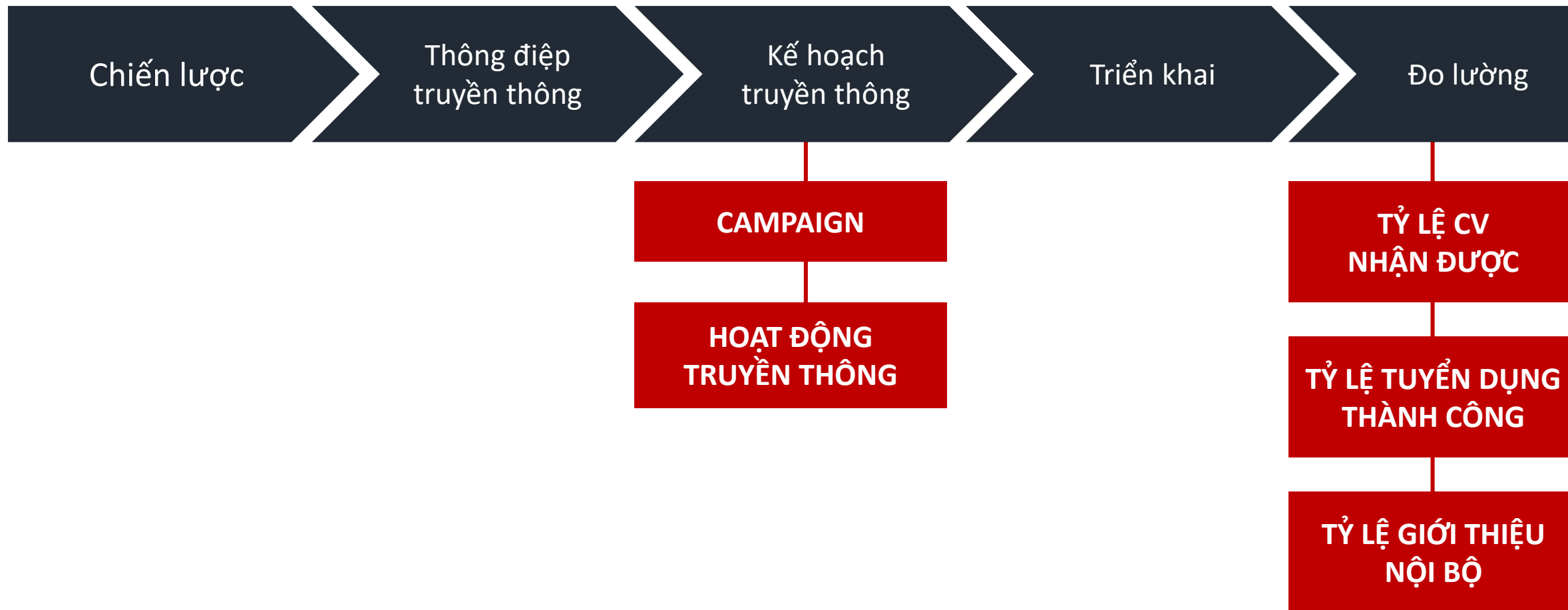


EB – EMPLOYER BRANDING STRATEGY

Với nhân viên hiện tại: *Chiến lược xây dựng theo lộ trình nhân viên*



EP – EXECUTIVE PLAN



3

CASE STUDY



L'OREAL EVP

“Một trải nghiệm ly kỳ, một nền văn hóa xuất sắc”

- **Làm việc là một trải nghiệm ly kỳ:** Mục tiêu và tầm nhìn rõ ràng của một thương hiệu lớn
- **Môi trường truyền cảm hứng:** Kinh doanh trên nền tảng nghiên cứu khoa học với trách nhiệm xã hội lớn và định hướng phát triển bền vững
- **Trường học xuất sắc:** Nơi thu hút những nhân tài hàng đầu, một nơi học hỏi và phát triển tốt



Google™



<https://www.youtube.com/watch?v=I0VdnKDBRxg>



https://www.youtube.com/watch?time_continue=64&v=u5KMNRNdY4g0

THANK YOU

