

اهمیت استراتژیک پیاده سازی برند کارفرما

سپیده خدابخشی^۱، اردشیر شیری^۲

۱- دانشجوی مقطع کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی (مدیریت مالی)، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد ایلام

۲- استادیار دانشگاه ایلام

چکیده:

برند کارفرما رویکردی نسبتاً جدید در جذب و نگهداری کارکنان با استعداد در سازمان ها و افزایش توان رقابتی سازمان ها می باشد. مدیران می توانند از این استراتژی به عنوان چتری که در سایه آن می توان اقدامات مربوط به جذب و نگهداری استعداد ها را مدیریت کرد استفاده نمایند. چنانچه همه فعالیت های مربوط به جذب و حفظ و نگهداری کارکنان، از جمله: کارمندیابی، گزینش، آموزش، ارزیابی عملکرد، مدیریت کارراه شغلی انگیزش و ... در سایه این استراتژی و هماهنگی با آن اجرا گردد تاثیر آن بیشتر از زمانی است که هر کدام از این اقدامات به تنهایی انجام گردد. البته هماهنگی استراتژی برند کارفرما با استراتژی منابع انسانی سازمان و تبعیت استراتژی منابع انسانی سازمان از استراتژی اصلی سازمان از پیش فرض های اصلی و مهم در موفقیت این اقدامات می باشد. در این تحقیق عوامل موثر بر طراحی و پیاده سازی استراتژی برند کارفرما تبیین و چگونگی ارزیابی آن نیز ارائه گردیده است و در نهایت فرایند ایجاد استراتژی برند کارفرما در قالب مدل مفهومی و به صورت شماتیک ارائه گردیده است.

کلمات کلیدی: منابع انسانی، برند کارفرما، جذابیت برند، اهمیت استراتژیک