



Employer Branding

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์นายจ้าง เพื่อให้ได้มาซึ่งพนักงานที่มีศักยภาพ

- ทำความรู้จัก Employer Branding เครื่องมือสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์
- การกำหนดกลยุทธ์เพื่อสรรหานักงานใหม่ให้ตรงกับบริษัท พร้อมรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ
- แนวทางการสื่อสารให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์กร

การบริหารจัดการองค์กรในปัจจุบันต้องอาศัยแนวคิดทางการตลาด เพื่อบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์ซึ่งการใช้กลยุทธ์แบรนด์นายจ้าง หรือ Employer Branding ในการสื่อสารองค์กรจะมีผลตอบแทนบุคลากรใหม่ที่ตรงกับเป้าหมายบริษัท และรักษาบุคลากรที่มีศักยภาพให้เกิดความผูกพันภายในองค์กร

ดังนั้นการสร้าง Employer Branding จึงเป็นเครื่องมือสำคัญของผู้บริหาร และฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เพื่อช่วยในการสื่อสารองค์กรให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีทั้งในความรู้สึกของบุคคลภายใน และภายนอก นำไปสู่การแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดแรงงานอื่นๆ ได้อีกด้วย

Promotion

- 1 รับฟรีทันที!
ปฏิทินตั้งโต๊ะธรรมนิติ 2021
- 2 เข้าอบรม 2 ท่าน ลด 500 บาท
เข้าอบรม 3 ท่าน ลด 1,000 บาท
(หลักฐานเข้าร่วม/ ใบเสร็จรับเงินฉบับเดียวกัน/
ไม่รวมไปรษณีย์)

ผู้เข้าร่วมสัมมนาจะได้รับ
“เจลล้างมือ 1 หลอด” ฟรีทันที



กำหนดการสัมมนา

วันพฤหัสบดีที่ 25 กุมภาพันธ์ 2564

(เวลา 09.00 - 16.00) ณ ห้องสัมมนา

โรงแรม โซฟีเทล กรุงเทพฯ สุขุมวิท

(ถ.สุขุมวิท) รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT สถานีสุขุมวิท ทางออกที่ 3

รถไฟฟ้า BTS สถานีไอศกรีม ทางออกที่ 5

(มี skywalk เชื่อมต่อทางเข้าโรงแรม)

อัตราค่าสัมมนา

สมาชิก (Tax, HR)

4,000 + VAT 280 = 4,280 บาท

บุคคลทั่วไป

4,700 + VAT 329 = 5,029 บาท

(รวมเอกสาร ซา กาแฟ อาหารว่าง อาหารกลางวัน)

หัวข้อสัมมนา

1. ความหมาย และความสำคัญของแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) ในยุคที่พนักงานเล่นตัว
2. พลดีของการสร้างแบรนด์นายจ้าง ที่มีผลต่อองค์กร และพนักงาน
3. ปัจจัย และแนวคิดทางการตลาดในการกำหนดแบรนด์นายจ้าง (Employer Brand Position)
 - 3.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมายของแบรนด์ (Brand Target)
 - 3.2 กำหนดเป้าหมายเชิงนโยบาย (Brand Vision)
 - 3.3 กำหนดสาระของแบรนด์ (Brand Essence)
 - 3.4 กำหนดจุดยืนหรือตำแหน่ง (Brand Positioning)
 - 3.5 กำหนดคุณค่าและคำมั่นสัญญาที่แบรนด์จะมอบให้ (Brand Value & Promise)
 - 3.6 กำหนดบุคลิกภาพของ (Brand Personality)
 - 3.7 วางแผนการสื่อสารและสร้างประสบการณ์แก่กลุ่มเป้าหมาย (Brand Plan)
4. วิธีการสำรวจ เพื่อเข้าใจภาพลักษณ์องค์กร
 - 4.1 การเก็บข้อมูลจากบุคคลภายในองค์กร (Internal)
 - 4.2 การเก็บข้อมูลจากบุคคลภายนอกองค์กร (External)
5. วิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดแบรนด์นายจ้าง เพื่อดึงดูดพนักงานใหม่ และรักษาพนักงานที่มีศักยภาพ
6. กำหนดกลยุทธ์ และวิธีการสื่อสารองค์กร ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย
 - 6.1 การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication)
 - 6.2 การสื่อสารภายนอกองค์กร (External Communication)
7. Case Study แนวคิด ตัวอย่างขององค์กรที่มีการใช้ Employer Branding และประสบความสำเร็จ



วิทยากร

อาจารย์พรรณมณฑา พัฒนกิจเรือง (ครูจ้อ)

ที่ปรึกษาและวิทยากรผู้เชี่ยวชาญ
ด้านการพัฒนาองค์กรและบุคลากร

ชำระค่าสัมมนาเป็น เงินสด หรือ เช็ค สั่งจ่ายในนาม บริษัท พิภพบรมและสัมมนาธรรมมิตี จำกัด

178 อาคารธรรมมิตี ชั้น 4 ซ.เพิ่มทรัพย์ (ประเวศ 20) ถ.ประเวศ 1 แขวงบางซื่อ เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 010-553-300-1556 (สำนักงานใหญ่) (กรณีไม่มีหนังสือรับรองหัก ณ ที่จ่าย ต้องชำระเต็มจำนวน) จดรับเช็คส่วนตัว

ยิ่งอบรมมาก ยิ่งเสียภาษีน้อย ค่าอบรมสามารถลดรายจ่ายได้เพิ่มขึ้นถึง 200%

สนใจสำรองที่นั่งได้ที่ TEL 02-555-0700 กด 1, 02-587-6860-64 FAX 02-555-0710