

رقم الدورة 2058

دورة العلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب

استقطاب المواهب والتوظيف
الموارد البشرية وإدارة المواهب

طريقة التقديم

حضور

المدة

5 أيام



نظرة عامة على الدورة

تقدم دورة العلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب إطارًا استراتيجيًا وعمليًا متكاملًا لبناء علامة تجارية قوية لصاحب العمل وتطوير استراتيجيات تسويقية فعالة لاستقطاب الكفاءات والمواهب. وتركز الدورة على كيفية تقديم القيمة الوظيفية للمؤسسة وثقافتها وبيئة العمل وفرص التطور المهني وهويتها المؤسسية بطريقة تعزز جاذبيتها أمام الكفاءات وتدعم أهدافها طويلة المدى في استقطاب المواهب. أصبحت العلامة التجارية لصاحب العمل عنصرًا مهمًا في استراتيجيات استقطاب الكفاءات، خصوصًا في أسواق العمل التنافسية التي أصبح فيها المتخصصون يقيمون المؤسسات بناءً على عوامل تتجاوز الراتب والمسمى الوظيفي. وتتناول الدورة العلاقة بين العلامة التجارية لصاحب العمل وأهداف التوظيف وتجربة الموظف والثقافة المؤسسية وتوقعات المرشحين وتخطيط القوى العاملة، مع التركيز على بناء هوية متسقة للمؤسسة عبر مختلف قنوات التواصل ونقاط التفاعل مع المرشحين.

كما تركز الدورة على التسويق لاستقطاب المواهب، بما يشمل تحديد شرائح المواهب، وبناء نماذج المرشحين، وتطوير حملات الاستقطاب، واستخدام القنوات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي والمواقع المهنية والمواقع الوظيفية والمحتوى المؤسسي وسفراء العلامة التجارية من الموظفين. ويتعلم المشاركون كيفية تطوير رسائل توظيف مخصصة لمختلف شرائح المواهب وربطها باحتياجات التوظيف والقيم المؤسسية والأولويات المستقبلية للقوى العاملة.

ومن خلال التطبيقات العملية ودراسات الحالة وتمارين التخطيط للحملات وتقييم العلامة التجارية لصاحب العمل، يطور المشاركون القدرة على قياس أداء التسويق لاستقطاب المواهب وتحسين مبادرات جذب الكفاءات. كما تتناول الدورة سمعة صاحب العمل وتجربة المرشح وتحليلات التوظيف واتساق الاتصال والتعاون بين الموارد البشرية والتسويق والاتصال المؤسسي، بما يساعد المؤسسات على بناء منهجية منظمة ومستدامة لجذب المواهب والتفاعل معها.

أهداف الدورة

- تحليل الدور الاستراتيجي للعلامة التجارية لصاحب العمل في استقطاب المواهب وتخطيط القوى العاملة والأداء المؤسسي.
- تقييم وضع العلامة التجارية الحالية لصاحب العمل وسمعتها وانطباعات المرشحين واتساق الرسائل المؤسسية.
- تطوير عرض قيمة وظيفية واضح يعكس الثقافة المؤسسية وأولويات القوى العاملة وتوقعات المرشحين.
- تحديد شرائح المواهب ذات الأولوية وتصنيفها وفق الوظائف والمهارات والخبرات والمواقع والاحتياجات التوظيفية.
- تصميم نماذج للمرشحين ورسائل توظيف مخصصة لشرائح المواهب المستهدفة.
- تطبيق مبادئ التسويق لاستقطاب المواهب عبر القنوات الرقمية ووسائل التواصل الاجتماعي والمواقع المهنية.
- تطوير محتوى للعلامة التجارية لصاحب العمل يوضح الثقافة المؤسسية وفرص التطور وتجربة الموظفين والقيم التنظيمية.
- تصميم حملات تسويقية للتوظيف تتضمن أهدافًا وجمهورًا مستهدفًا وقنوات اتصال وجدولًا زمنيًا ومؤشرات أداء واضحة.
- تعزيز تفاعل المرشحين وتحسين اتساق تجربة المرشح خلال مراحل الاستقطاب والتوظيف.
- تقييم أداء حملات استقطاب المواهب باستخدام مؤشرات مناسبة لجذب الكفاءات والتفاعل معها.
- تطبيق أساليب مشاركة الموظفين وسفراء العلامة التجارية لتعزيز التواصل المؤسسي الأصيل.
- تطوير خطة متكاملة للعلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب قابلة للتطبيق داخل المؤسسة.

الفئة المستهدفة

تستهدف الدورة مديري الموارد البشرية، وأخصائيي الموارد البشرية، ومديري استقطاب المواهب، ومديري التوظيف، وأخصائيي العلامة التجارية لصاحب العمل، ومتخصصي تسويق التوظيف، وأخصائيي إدارة المواهب، وشركاء الأعمال في الموارد البشرية، ومتخصصي التطوير التنظيمي، ومسؤولي الاتصال في الموارد البشرية المشاركين في جذب المواهب والتفاعل معها واستقطابها.

كما تناسب مديري التسويق، وأخصائيي التسويق الرقمي، ومتخصصي الاتصال المؤسسي، ومديري وسائل التواصل الاجتماعي، ومتخصصي تجربة الموظف، وقادة التوظيف، ومديري الموارد البشرية، وقادة استراتيجيات المواهب، والقيادات التنفيذية وصناع القرار المشاركين في قرارات القوى العاملة والمواهب. وتعد الدورة مناسبة للمؤسسات التي تسعى إلى تعزيز جذب الكفاءات والتواصل التوظيفي وتجربة المرشح وسمعة صاحب العمل، بما في ذلك الجهات الحكومية والوزارات والبنوك والمؤسسات المالية وشركات النفط والغاز وشركات التكنولوجيا والرعاية الصحية والتصنيع والاتصالات والمؤسسات الكبرى.

مخرجات التعلم

- شرح العلاقة بين العلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب واستقطاب الكفاءات وتجربة الموظف.
- تقييم العلامة التجارية لصاحب العمل وتحديد فرص التطوير والتحسين.
- تحديد عرض قيمة وظيفية يعكس الثقافة المؤسسية وأولويات الموظفين والمرشحين.
- تطوير نماذج واضحة للمرشحين المستهدفين وفق احتياجات التوظيف.
- إعداد رسائل توظيف مخصصة لمختلف شرائح المواهب والكفاءات المهنية.
- اختيار قنوات التسويق المناسبة لاستقطاب المواهب وفق سلوك المرشحين وأهداف التوظيف.
- تطوير محتوى للعلامة التجارية لصاحب العمل للمواقع الوظيفية ووسائل التواصل الاجتماعي والمنصات المهنية وحملات التوظيف.

- تصميم حملات منظمة للتسويق لاستقطاب المواهب تتضمن الأهداف والجمهور والقنوات والأنشطة والجداول الزمنية.
- تحسين تفاعل المرشحين عبر مختلف نقاط التواصل خلال رحلة الاستقطاب والتوظيف.
- قياس أداء العلامة التجارية لصاحب العمل وحملات استقطاب المواهب باستخدام مؤشرات أداء عملية.
- تطوير أساليب فعالة لتفعيل دور الموظفين في دعم العلامة التجارية لصاحب العمل والتواصل معها.
- إعداد خطة عملية للعلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب متوافقة مع احتياجات القوى العاملة في المؤسسة.
- المحاوور التدريبية:

محاوور الدورة

اليوم الأول

استراتيجية العلامة التجارية لصاحب العمل وعرض القيمة الوظيفية

- مفهوم العلامة التجارية لصاحب العمل وأهميتها الاستراتيجية
- هيكل العلامة التجارية لصاحب العمل وموقعها المؤسسي
- العلاقة بين العلامة التجارية لصاحب العمل والعلامة التجارية المؤسسية والثقافة التنظيمية
- فهم توقعات المرشحين وديناميكيات سوق المواهب
- تجربة الموظف وتأثيرها في سمعة صاحب العمل
- قياس انطباعات الموظفين والمرشحين عن المؤسسة
- تطوير عرض القيمة الوظيفية وتحديد عناصره الرئيسية
- تقييم العلامة التجارية لصاحب العمل وتحديد فجوات التواصل
- أدوار الموارد البشرية والتوظيف والتسويق والاتصال المؤسسي في بناء العلامة التجارية

اليوم الأول — تابع

- التطبيق العملي: إجراء تقييم أولي للعلامة التجارية لصاحب العمل وتطوير إطار متكامل لعرض القيمة الوظيفية

اليوم الثاني

شرائح المواهب ونماذج المرشحين واستراتيجية التسويق لاستقطاب المواهب

- أسس التسويق لاستقطاب المواهب وجذب الكفاءات
- تحديد شرائح المواهب ذات الأولوية
- تصنيف المرشحين وفق المهارات والخبرات والمناصب والمواقع والاهتمامات المهنية
- تطوير نماذج المرشحين المستهدفين
- تحليل دوافع المرشحين وتوقعاتهم وعوامل اتخاذ قرار التوظيف
- رسم رحلة المرشح وتحديد نقاط التفاعل
- تطوير استراتيجية رسائل التوظيف والتواصل المخصص
- سرد القصص المؤسسية وبناء رسائل حقيقية عن بيئة العمل
- اختيار قنوات التسويق المناسبة لاستقطاب المواهب
- التطبيق العملي: إعداد نماذج للمرشحين وتطوير رسائل توظيف مخصصة لشرائح المواهب ذات الأولوية

اليوم الثالث

محتوى العلامة التجارية لصاحب العمل والقنوات الرقمية وتفاعل المرشحين

- استراتيجية محتوى العلامة التجارية لصاحب العمل والتخطيط التحريري
- محتوى الموقع الوظيفي وصفحات التوظيف الرقمية

اليوم الثالث — تابع

- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي والمنصات المهنية في جذب المواهب
- قصص الموظفين وتجارب العمل والسرد المؤسسي
- المحتوى المرئي والتواصل المؤسسي الخاص بالعلامة التجارية لصاحب العمل
- الإعلانات الوظيفية ورسائل العلامة التجارية في التوظيف
- تحسين ظهور محتوى التوظيف وسهولة الوصول إليه
- تفعيل الموظفين كسفراء للعلامة التجارية
- التواصل مع المرشحين خلال مراحل الاستقطاب والتوظيف
- التطبيق العملي: إعداد خطة محتوى للعلامة التجارية لصاحب العمل وتطوير عناصر اتصال لحملة استقطاب مواهب

اليوم الرابع

حملات التسويق للتوظيف وتجربة المرشح وتحليلات الأداء

- تخطيط حملات التسويق لاستقطاب المواهب وتحديد أهدافها
- تحديد الجمهور المستهدف واختيار قنوات التواصل
- مبادئ الإعلان التوظيفي والحملات الرقمية
- تعزيز تفاعل المرشحين خلال رحلة التوظيف
- قياس تجربة المرشح وتحديد فرص التحسين
- مؤشرات أداء التسويق لاستقطاب المواهب
- قياس الوصول والتفاعل وطلبات التوظيف وجودة المرشحين
- تحليل مسار الاستقطاب وتحديد فجوات التواصل والتحويل
- استخدام بيانات التوظيف لتحسين الحملات والرسائل

اليوم الرابع — تابع

- التطبيق العملي: تصميم حملة متكاملة للتسويق لاستقطاب المواهب تشمل الجمهور والقنوات والرسائل والجدول الزمني ومؤشرات الأداء

اليوم الخامس

حوكمة العلامة التجارية لصاحب العمل وإدارة السمعة والتنفيذ الاستراتيجي

- حوكمة العلامة التجارية لصاحب العمل ومعايير الاتصال المؤسسي
- إدارة سمعة صاحب العمل عبر نقاط التواصل مع المرشحين والموظفين
- موازنة جهود الموارد البشرية والتوظيف والتسويق والاتصال المؤسسي
- تفعيل الموظفين والقيادات في دعم العلامة التجارية لصاحب العمل
- ضمان اتساق العلامة التجارية عبر قنوات التوظيف المختلفة
- إعداد تقارير أداء التسويق لاستقطاب المواهب ولوحات المتابعة
- التحسين المستمر لاستراتيجيات العلامة التجارية وجذب الكفاءات
- ربط العلامة التجارية لصاحب العمل باستراتيجية استقطاب المواهب وتخطيط القوى العاملة
- تطوير خارطة طريق لتنفيذ استراتيجية العلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب
- ورشة العمل الختامية: إعداد استراتيجية متكاملة للعلامة التجارية لصاحب العمل والتسويق لاستقطاب المواهب تشمل تحديد الهوية المؤسسية، وعرض القيمة الوظيفية، وتصنيف المواهب، ونماذج المرشحين، ورسائل التوظيف، واستراتيجية المحتوى، والقنوات الرقمية، وتخطيط الحملات، وتجربة المرشح، وقياس الأداء، والحوكمة، والتحسين المستمر.



للتسجيل أو لطلب مزيد من المعلومات

صفحة الدورة: <https://quest-training.com/courses/employer-branding-recruitment-marketing-training-course>

الموقع الإلكتروني: <https://quest-training.com>

البريد الإلكتروني: info@quest-training.com

الهاتف: +905016771440

