

# Spis treści

|                                                  |           |
|--------------------------------------------------|-----------|
| <b>Od czego to się zaczęło</b>                   | <b>9</b>  |
| <b>Rozdział 1. Rynek pracy potrzebuje prawdy</b> | <b>13</b> |
| 1.1. Pierwsze rymy o autentycznej komunikacji    | 15        |
| 1.2. Komu ufają kandydaci i pracownicy           | 21        |
| 1.3. Jawność wynagrodzeń i inne trudne sprawy    | 25        |
| 1.4. Autentyczna synergia marek                  | 30        |
| 1.5. Pracodawca to ja i Ty                       | 38        |
| <b>Rozdział 2. Autentyczny employer branding</b> | <b>41</b> |
| 2.1. Anielskie skrzydło pracodawców              | 43        |
| 2.2. Czym naprawdę jest autentyczne EB           | 45        |
| 2.3. Luka wartości                               | 46        |
| 2.4. Wszyscy jesteście kandydatami               | 47        |
| 2.5. Rynek pracownika, którego nigdy nie będzie  | 49        |
| <b>Rozdział 3. Ludzie, których nie widać</b>     | <b>53</b> |
| 3.1. Sposób na pokoleniowe iluzje                | 55        |
| 3.2. Praca nie do pojęcia dla rodziców           | 59        |
| 3.3. Ageizm kontra Aktywni Seniorzy              | 63        |
| 3.4. (Nie)zwykła niepełnosprawność               | 67        |
| 3.5. Pracownik z chorobą nowotworową             | 69        |
| 3.6. Mama też może pracować                      | 70        |
| 3.7. Test na odpowiedzialność                    | 72        |

|                                                               |            |
|---------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Rozdział 4. Wielka moc mikrodoświadczeń</b>                | <b>73</b>  |
| 4.1. Candidate experience, czyli wrażenia z rekrutacji        | 75         |
| 4.2. Employee experience, czyli wrażenia Twoich pracowników   | 92         |
| 4.3. Candidate & employee experience w praktyce               | 106        |
| 4.4. Zaskakujące wnioski i błyskawiczne efekty                | 115        |
| <b>Rozdział 5. Culture thinking</b>                           | <b>117</b> |
| 5.1. Kultura, której nie rozumiemy                            | 119        |
| 5.2. Od culture fit do culture add                            | 123        |
| 5.3. Jak sprawdzić, czy ludzie pasują do organizacji?         | 124        |
| 5.4. Dlaczego ludzie angażują się w naszą kulturę?            | 126        |
| 5.5. Kultura rekrutacyjna i zaangażowanie w candidate journey | 130        |
| <b>Rozdział 6. Strategia EB z elementami design thinking</b>  | <b>137</b> |
| 6.1. Strategia potrzebna od zaraz                             | 139        |
| 6.2. Wykorzystaj design thinking                              | 144        |
| 6.3. Zrozum kontekst                                          | 152        |
| 6.4. Celuj w potrzeby biznesu                                 | 162        |
| 6.5. Odkryj prawdę o swoich odbiorcach                        | 165        |
| 6.6. Wybierz mądrze EVP                                       | 179        |
| 6.7. Znajdź pomysł na employer branding                       | 188        |
| 6.8. Przygotuj skuteczny i realny media plan                  | 194        |
| 6.9. Wykorzystaj synergię marek                               | 197        |
| 6.10. Określ wskaźniki, budżet i realność planów              | 205        |
| 6.11. Testuj i wyciągaj wnioski                               | 208        |
| <b>Rozdział 7. Pracodawca, agencja pracy i współmarka</b>     | <b>211</b> |
| 7.1. Wizerunek agencji                                        | 213        |
| 7.2. Wykorzystaj nowy model współpracy                        | 215        |
| 7.3. Podwójna rola, podwójna odpowiedzialność                 | 216        |

|                                                            |            |
|------------------------------------------------------------|------------|
| <b>Rozdział 8. Człowiek, zespół i społeczność</b>          | <b>223</b> |
| 8.1. Pomysł, który zmienił rynek HR                        | 225        |
| 8.2. Od projektu do społeczności                           | 227        |
| 8.3. Ile może jeden człowiek                               | 229        |
| <b>A co, jeśli się uda?</b>                                | <b>235</b> |
| <b>Dziękuję za to, że pomogliście mi zacząć i skończyć</b> | <b>237</b> |