



## 효과적인 인재 유치를 위한 회사 브랜딩의 중요성

(How To Do Effective Employer Branding)



당신의 고용주 브랜드와 적절한 인재를 끌어들이는 능력은 불가분의 관계에 있습니다. 잠재적인 인재들이 당신의 회사의 비전과 신념을 알게 되면, 특정 산업에서의 일을 제공하거나 친숙한 이름을 가진 직업을 제공하는 '일반적인 메시지'를 사용하는 경우보다 회사에 적합한 사람들을 끌어들이는 가능성이 훨씬 더 높습니다. 귀사의 브랜드는 이 메시지의 핵심이며, 효과적이고 지속적으로 사용될 경우 적합한 사람들이 귀사에 가입하도록 유도할 수 있습니다.

Your employer brand and ability to attract the right talent are inextricably linked. When potential candidates know who you are and what you stand for, you have a far better chance of attracting the right people to your organization than if you use a generic message that offers work in a particular industry or a job with a title that is familiar. Your employer brand is key to this messaging and when used effectively and consistently, it can entice the right people to join your organization.

### 1. 직원 가치 제안(EVP)부터 시작하십시오 (Start with your Employee Value Proposition (EVP))

당신의 회사 브랜드는 여러 사람들에게 독특하고 바람직한 것으로 만드는 것입니다. 당신의 회사가 문화와 관행의 측면에서 당신에게 제공하는 것은 무엇인가요? 그리고 회사 문화의 어떤 요소들이 그 사람과 잘 맞는지 아닌지 알고 있나요? 이러한 질문에 답하면 EVP를 파악하는 데 도움이 됩니다. 지원자들이 여러분에게 힘든 일을 주고 나서 '언제'가 무엇인지 분명할 때, 열심히 일하고, 직업 만족을 경험하고, 경력이 성장함에 따라 여러분의 조직과 함께 지낼 수 있는 생각을 가지게 됩니다.



Your employer brand is what makes you uniquely desirable as an employer. What is it that you offer in terms of culture and practice that makes you an employer of choice? And what elements of your culture contribute to whether a person is a good fit or not? Answering these questions will help you uncover your EVP. When candidates are clear about what they 'get' for giving you their hard work they are well positioned to work hard, experience job satisfaction and stay with your organization as their career grows.

하지만 회사 브랜드와 EVP가 당신이 생각하는 것과 완전히 다르더라도 놀라지 마세요. 진실을 밝히는 가장 좋은 방법은 당신의 사람들에게 물어보는 것입니다. 설문 조사를 사용하여 문화에 대한 진실을 밝히고 결과를 통한 데이터를 조사합니다. 커뮤니케이션, 개발 기회, 리더십, 사회적 기회, 일과 삶의 균형과 같은 주요 문화 영역에 걸친 패턴을 식별합니다. 조직에서 일하는 것이 실제로 어떤 것인지에 대한 청사진을 그리고, 팀과 부서에 걸쳐 일관되게 반영되며 직원들에게 반향을 일으키는 몇 가지 강력한 제안을 선택합니다.

Don't be surprised though, if your employer brand and EVP aren't exactly what you think they are. The best way to uncover the truth is by asking your people. Use surveys to uncover the truth about your culture and examine data from your exit interviews. Identify patterns across key culture areas like communication, development opportunities, leadership, social opportunities, and work-life balance. Develop a strong picture of what it's really like to work in your organization and choose a few strong propositions that are consistently reflected across teams and departments and that resonate with your people.

## 2. 직원 경험을 검증합니다 (Validate Your Employee Experience)

무엇이 여러분을 독특하게 만드는지 분명하다면, 여러분은 여러분의 직원들이 지속적으로 여러분의 EVP를 긍정적인 방식으로 경험하도록 해야 합니다. 이러한 직원 경험은 당신의 브랜드를 만들거나 무너뜨릴 수 있으며 당신이 홍보하고 있는 명성과 문화를 반영해야 합니다. 여기서 잘못된 조치를 취하면 많은 환멸과 브랜드의 악화를 초래할 수 있으며, 이는 극복하기 어렵습니다.

When you are clear what it is that makes you unique, you need to ensure your people are consistently experiencing your EVP in a positive way. This employee experience can make or break your employer brand and needs to reflect the reputation and culture you are promoting. Missteps here can lead to a lot of disillusionment and a deterioration of your brand, which is difficult to overcome.

고객과 동일한 방식으로 직원을 생각하십시오. 만족한 고객은 최고의 프로모터가 되고 만족한 직원은 친구, 가족, 잠재적 후보자와 함께 귀하를 위해 일한 경험에 대해 이야기할 때 최고의 브랜드 홍보대사가 됩니다.

Think of your employees in the same way you do your customers. Satisfied customers make the best promoters and satisfied employees make the best employer brand ambassadors when they speak with friends, family, and potential candidates about their experience working for you.

## 3. 채용 캠페인을 개발하십시오 (Develop Your Recruitment Campaign)

이 단계는 다면적이며 여러분이 찾고 있는 후보자를 대상으로 하는 자료와 커뮤니케이션을 만드는 것을 포함합니다. 마케팅과 인사가 힘을 합쳐 브랜드에 맞는 채용 메시지를 만드는 곳입니다. 브랜드의 이러한 측면을 통해 원하는 만큼 창의적이 될 수 있습니다. 고객의 문화에 충실하고 EVP를 정확하게 전달하는 것이 핵심입니다. 중요한 것은 조직에 적합하고 공감할 수 있는 사람들을 끌어들이는 것이며, 정직하고 효과적인 메시지 전달이 중요하다는 것을 기억하십시오. 다음과 같은 요소를 포함하여 메시지에 활기를 불어넣으십시오.

This step is multifaceted and involves creating material and communications that target the candidates you are seeking. This is where marketing and HR combine forces to create a recruitment message that is on brand. You can get as creative as you want with this aspect of employer branding. The key is to stay true to your culture and convey your EVP accurately. Remember the whole point is attract people who fit and resonate with your organization and what you stand for so honest, valid messaging is crucial. Include elements like the following to bring your message to life:

- 다양한 소셜 미디어를 사용하여 잠재적인 후보자와 상호 작용합니다.
  - 당신이 제공하는 직업과 당신의 EVP를 상세히 설명하는 당신의 웹사이트에 경력 페이지를 만드세요.
  - 사람들이 당신과 함께하는 긴 경력을 상상할 수 있도록 직업 가족과 경력 경로를 포함하세요.
  - 비디오 또는 블로그를 통해 일상적인 이야기를 사용하여 잠재적인 직원들에게 여러분과 함께 일하는 것이 실제로 어떤 것인지 보여줍니다.
  - 경력 성공 사례 및 직원 성과를 게시하여 무엇이 가능한지 보여줍니다.
  - 마케팅 기술을 활용하여 목표 고객 앞에서 메시지를 전달합니다.
- Use a wide range of social media to interact with potential candidates.
  - Create career pages on your website that detail what jobs you offer and your EVP.
  - Include job families and career paths to help people envision a long career with you.
  - Use day-in-the-life stories via video or blogs to show prospective employees what it's really like to work with you.
  - Post career success stories and employee achievements to showcase what is possible.
  - Leverage marketing technology to get your message in front of your target audience.

#### 4. 시행하고 필요에 따라 재조정합니다 (Reinforce and Readjust as Necessary)

EVP는 정적인 것이 아닙니다. 직원의 변화에 따라 달라질 수 있습니다. EVP를 지속적으로 모니터링하고 필요에 따라 메시지를 조정하여 메시지의 관련성을 유지하십시오. 당신의 브랜드는 당신의 문화의 현실을 반영할 필요가 있습니다. 왜냐하면 그것이 당신의 메시지를 유지하고 당신에게 가장 적합한 인재를 끌어들이고 유지할 수 있게 해줄 것이기 때문입니다. 직원들과 계속 대화하고, 직원들에게 가장 중요한 것이 무엇인지 파악하고 전달하십시오.

Your EVP is not static – it will change as your workforce changes. Ensure your message stays relevant by continually monitoring your EVP and adjusting the message as necessary. Your employer brand needs to reflect the reality of your culture because that is what will sustain your message and allow you to attract and retain the talent that fits best for you. Keep talking to your people, figure out what is most important to them and deliver.

강력한 고용주 브랜드는 당신이 최고의 인재를 끌어들이는 데 도움이 될 것입니다. 이는 잠재적인 직원들에게 진정한 직원 경험을 전달하고 직원들이 여러분과 여러분이 찾고 있는 직원들을 위해 일하는 것이 어떤 것인지 이해할 수 있도록 해주는 통로입니다. 당신이 무엇을 하고, 어떻게 그것을 하는지는 장기적으로 만족스럽고 보람 있는 직업에 관심이 있는 사람들에게 중요합니다. 당신의 가치, 문화, 고용주 브랜드와 일치하는 사람들은 일단 고용된 후에도 지원하고 궁극적으로 유지하도록 이끌립니다.

A strong employer brand will help you attract the best talent. It is the conduit for communicating an authentic employee experience to potential employees and allowing them to understand what it's like to work for you and the types of people you are looking for. What you do, and how you do it are important to people interested in a long term, satisfying and rewarding career. Those that align with your values, your culture and your employer brand will be attracted to apply and ultimately stay once hired.

Great Place to Work®를 사용하면 직원들을 쉽게 설문 조사하고 고용주 브랜드의 기반이 되는 요소를 쉽게 파악할 수 있습니다. 직원들이 귀사의 직장 문화를 어떻게 경험하고 있는지에 대한 명확한 통찰력을 얻고 싶다면 직원 참여 및 고용주 브랜드 솔루션에 대해 문의하십시오.

Great Place to Work® makes it easy to survey your employees and understand what underpins your employer brand. If you want to get clear insight on how employees are experiencing your workplace culture, reach out to us about our employee engagement and employer brand solutions.

