

Obsah

Úvod	14
KAPITOLA I	16
Obecná teorie ve spojení se strategií náboru	16
Mikroekonomická teorie	16
Základy individuální zpětně zakřivené křivky nabídky práce	17
Individuální zpětně zakřivená křivka nabídky práce	17
<i>Předpoklady individuální zpětně zakřivené křivky nabídky práce</i>	19
<i>Praktická aplikace v oblasti akvizice talentů</i>	19
Monopson, oligopson a nedokonalá konkurence.	20
<i>Monopson a oligopson</i>	20
<i>Praktická aplikace teorie monopsonu a oligopsonu v oblasti strategie náboru</i>	21
Odborové svazy	22
Makroekonomická teorie	24
Míra nezaměstnanosti a datová analýza	24
<i>Typy míry nezaměstnanosti</i>	24
<i>Praktické využití míry nezaměstnanosti</i>	25
Aktivní politika zaměstnanosti	27
Obecná teorie strategie	28
Porterův hodnotový řetězec	28
Globální strategie	30
Závěr k obecné teorii mikroekonomie, makroekonomie a strategie	31
KAPITOLA II	32
Fundamentální základy strategie náboru	32
Pilíře strategie akvizice talentů	32
Recruitment marketing	34
<i>Touchpointy</i>	36
<i>Povědomí</i>	37
<i>Zájem</i>	37
<i>Úvaha</i>	37
<i>Nabídka</i>	38
Talent sourcing	39
<i>Data & Analýza</i>	40
<i>Strategie sourcingu</i>	40
<i>Hledání</i>	40
<i>Oslovování</i>	40
Selekce	42
Post-selekce	44
Fundamentální graf strategie náboru	47

Firemní kultura	48
Definice firemní kultury	48
Důležitost firemní kultury	48
Organizační kultura ve spojení s nábořem	50
Employer brand a Employer Value Proposition	50
Employer Value Proposition	51
KAPITOLA III	54
Strategie náboru v krátkém období	54
Krátké období vs. Dlouhé období	54
Krátké období	54
Dlouhé období	55
Model čtyř pilířů v krátkém období	56
Persona	57
Recruitment marketing persona	57
<i>Recruitment marketing persona na základě segmentačního modelu</i>	58
<i>Jak vytvořit personu a najít data</i>	59
Talent sourcing persona	60
Candidate journey a candidate experience	61
Candidate journey pro aktivní kandidáty	61
Candidate journey u pasivních kandidátů	62
Candidate experience	62
Graf čtyř pilířů v krátkém období	63
Recruitment marketing v krátkém období	63
<i>Popis pozice</i>	64
<i>Obecné rady pro dobře performující popis pozice</i>	64
<i>Čemu se vyhnout při tvorbě popisu pozice?</i>	65
<i>Esenciální části popisu pozice</i>	66
<i>Proces tvorby popisu pozice</i>	68
<i>Jiné formy popisu pozice</i>	68
Recruitment marketing a touchpointy v krátkém období	69
Pozornost	71
Sociální síť	72
Obrázky	72
Video	74
Pracovní nabídky	76
Online eventy	77
E-mail	78
Webové stránky	79
Pracovní portály	79
Online média a magazíny	80
Ostatní weby	81
Search engine marketing a Search engine optimalizace	81
SEO	82

SEM	82
Veřejná doprava	83
Outdoor kampaně	84
Billboardy	85
CLV (City light vitrine)	85
Bannery	85
Plakáty	86
Eventy	86
Externí eventy	86
Interní eventy	86
Tištěná média	87
Indoor propagace	87
Referral marketing	88
Doporučení	88
Kreativní touchpointy	89
Zdrojový kód webu organizace	89
Wi-Fi	89
Propagace v kinosálech	89
Televizní reklamy	90
Rádio	90
Facebook Audience Network	90
Zájem	90
Úvaha	92
Webová stránka organizace	92
Nabídka	94
Využití externího poskytovatele	94
Využití interního systému	94
Syntéza touchpointů v krátkém období	95
Remarketing	95
Podobná publika	95
Kombinování	96
Recruitment marketing a měření v krátkém období	97
Recruitment marketing funnel	97
Příklad 1	97
Příklad 2	99
Příklad 3	100
Talent sourcing v krátkém období	102
Data & Analýza	103
Jaké data potřebujeme?	103
Jak najít potřebná data?	103
Strategie sourcingu	105
Hledání	106
Boolean logika	106
Operátor AND	107
Operátor OR	108
Operátor NOT	108

Kombinování modifikátorů a operátorů	109
Modifikátor Závorky	109
Modifikátor Uvozovky	110
X-Ray vyhledávání	110
Operátor [AND]	111
Operátor [OR]	111
Operátor [NOT]	112
Závorky a Uvozovky	112
Modifikátor Asterisk [*]	112
Modifikátor [AROUND(X)]	113
Modifikátor [..]	113
Operátor [site:]	113
Operátor [intitle:] a [allintitle:]	114
Operátor [inurl:] a [allinurl:]	115
Operátor [intext:] a [allintext:]	116
Operátor [filetype:]	116
Operátor [cache:]	117
Operátor [related:]	117
X-Ray vyhledávání se zaměřením na LinkedIn	117
Základní řetězec	118
Základní vyhledávání – Odvětví, Lokalita, Jazyk apod.	119
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Xing	121
Základní řetězec	121
Základní vyhledávání	121
X-ray hledání se zaměřením na GitHub	122
Základní řetězec	122
Základní vyhledávání	122
Životopisy na GitHubu	123
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Stackoverflow	124
Základní řetězec	124
Základní vyhledávání	124
Doplňující řetězce	125
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Twitter	126
Základní řetězec	126
Základní vyhledávání	126
X-Ray vyhledávání se zaměřením na Facebook	126
Základní řetězec	126
Základní hledání	127
X-Ray vyhledávání se zaměřením na jiné weby	128
Custom Search Engine (CSE)	129
Hledání přes LinkedIn Recruiter	129
Operátory a modifikátory v prostředí LinkedIn Recruiter	129
LinkedIn Recruiter filtry	130
Základní filtry	130
Detaily o kandidátech	132
Vzdělání a zkušenosti	133
Organizace	134
Aktivity recruiterů a kandidátů	134

Vyhledávání přes neplacenou verzi LinkedInu	135
Operátor [AND] – Praktické rady	136
Operátor [OR] – Praktické rady	136
Operátor [NOT] – Praktické rady	136
Základní filtry	137
Skryté operátory v neplacené verzi	139
Hledání přes GitHub	140
Operátor [location:]	140
Operátor [language:]	141
Operátor [followers:]	141
Operátor [repos:]	141
Operátor [filename:]	141
Operátor [extension:]	142
Kombinování operátorů	142
Pokročilé vyhledávání	142
E-mailové adresy na GitHubu	142
Nástroje pro talent sourcing	143
Software pro talent sourcing	145
Offline talent sourcing	145
Oslovování	146
Kdo oslovuje potenciální kandidáty?	146
Jak kontaktovat potenciální kandidáty?	146
Online kontaktování	147
Offline kontaktování	148
Tipy a triky	149
Předmět	149
Pre-view text	149
Jak začít zprávu?	149
Zpráva	150
Kdy kontaktovat potenciální kandidáty?	150
Call to action elementy	150
Testování	151
Funnel pro talent sourcing	151
Selekce	153
Entity v procesu selekce	154
Metody v procesu selekce	154
Entity v procesu selekce	154
Umělá inteligence	155
Analýza životopisů	155
Speech-to-text AI	155
Text-to-speech AI	156
AI video interview	156
Chatboti	156
Testování	156
Talent acquisition týmy	157
Business	157
Třetí strany	157

Metody v procesu selekce	158
<i>Preliminární screening</i>	159
<i>Interview</i>	160
<i>Pohovory a data</i>	160
<i>Formy pohovorů</i>	162
<i>Otázky na pohovorech</i>	163
<i>Testování</i>	164
<i>Kognitivní testy</i>	164
<i>Osobnostní testy</i>	165
<i>Znalostní testy</i>	165
<i>Fyzické testy</i>	166
<i>Testovací den</i>	166
<i>Zdravotní prohlídka</i>	166
<i>Assessment centra</i>	166
<i>Verifikace</i>	166
Funnely v procesu selekce	167
Proces post-selekce	169
Zamítnutí kandidátů	169
Kdy zamítnout kandidáty?	170
Kdo zamítne kandidáty?	170
Jak zamítnout kandidáty?	170
Úspěšní kandidáti	171
<i>Post-selekční funnel</i>	171
KAPITOLA IV	173
Strategie náboru v dlouhém období	173
Jak přemýšlet o strategii	173
Identifikace aktuální situace	174
Graf čtyř pilířů v dlouhém období	176
Employer branding v dlouhém období	177
STP model	177
<i>Segmentace</i>	178
<i>Targeting</i>	179
<i>Positioning</i>	179
Touchpointy v dlouhém období	180
<i>Pencils model</i>	182
Re/aktivace brandu	182
Povědomí	183
<i>Povědomí a data</i>	183
<i>Typy Povědomí</i>	184
Pozornost	186
Zájem	186
Úvaha	186
Akce	187
Loajalita	187

Obhajoba	188
Osobní brand	188
<i>Online osobní brand</i>	188
<i>Offline osobní brand</i>	189
Diverzita v akvizici talentů	189
<i>Jak organizace chápou diverzitu?</i>	189
<i>Je diverzita benefiční pro organizaci?</i>	190
<i>Diverzita a akvizice talentů</i>	191
<i>Co je diverzita?</i>	193
Měření employer brandu v dlouhém období	195
Funnel	195
Nástroje	195
<i>Google Analytics</i>	196
<i>Google Search Console</i>	196
<i>Google Trends</i>	196
<i>Google AdWords Keywords Planner</i>	196
<i>Google Alerts</i>	196
<i>Organické vyhledávání</i>	197
Metriky	197
Průzkumy	197
Software	198
Talent sourcing v dlouhém období	199
Re/aktivace sourcingu	199
Data & Analýza	200
Odhad trendů	201
Strategie	203
Verifikace	203
Implementace	204
Potřeba databáze	204
Tvorba databáze	204
Proces selekce v dlouhém období	205
KPI metriky	206
Pokročilé metody	207
<i>Statické modely</i>	207
<i>Dynamické modely</i>	210
Utilizace databáze	212
Analýza jednotlivců, kteří akceptovali nabídku od organizace	212
Operace s databází	215
<i>Segmentace</i>	215
<i>Targeting</i>	216
<i>Positioning</i>	216

KAPITOLA V	218
Finální syntéza výsledků	218
Obecná teorie a její dopad na cíle organizace	218
Strategie akvizice talentů v dlouhém a krátkém období	221
Finální graf syntézy	223
Závěr	224
Offline reference	227
Online reference	229