

Úvod	16
Aktuální situace v HR	17
Budoucnost HR	19
Stroje lidem práci neseberou	22
Co je to HR marketing	24
Oslovte lidi dřív, než začnou hledat práci	25
Lidé čekají, až je oslovíte	28
Pro jaké pozice funguje HR marketing	29
Cíle HR marketingu	34
Krátkodobé cíle	38
Dlouhodobé cíle	39
SWOT analýza	40
Výhody SWOT analýzy	42
Nevýhody SWOT analýzy	42
Teorie SWOT analýzy	43
Základní pilíře SWOT analýzy	44
Praktický příklad SWOT analýzy	46
Analýza současných zaměstnanců	50
Analýza konkurence	54

Cílová skupina	60
Jak najít vaši cílovou skupinu	61
Rozšiřte vaše cílové skupiny	64
Zástupná cílová skupina	71
Definice persony (avatara)	74
Tvoříme cílové publikum z person	78
HR marketingová strategie	80
Pracovní pozice	81
Propagace	86
Místo	101
Odměna	104
Kolektiv (lidé)	108
Procesy	110
HR marketingová strategie – 6P	112
Marketingová taktika	114
Jednotlivé fáze	116
Rozpočet HR marketingu	118
Příklad: Mikrokampaň	120
Příklad: Lokální kampaň	122
Příklad: Celorepubliková kampaň	124
Příklad: Strategická kampaň	126
Media mix	128
Jak vypadá media mix	130

Obsah reklamních kampaní	132
Jednorázová tvorba	133
Pravidelný obsah	134
Publikační plán	140
Texty	142
Nadpisy	142
Slogany	143
Grafika	144
Fotky	147
Videa	149
Náborový web	154
Proč si ho pořídit	155
Co by měl web obsahovat	156
Jak s webem pracovat	167
Reklamní kanály	172
Provozovna	174
Online	176
Outdoor	198
Média	212
Ambasadoři/influenceři	217
Print	218
Závěr	222
Poděkování	224