

بررسی رابطه متقابل دبستگی سازمانی و

ارتقاء برند منابع انسانی و کارفرما

مطالعه موردی: شرکت اورند پیشرو

تیر ماه ۱۳۹۸

دکتر عباس غفاری

مدرس دوره MBA سازمان مدیریت صنعتی

عضو هیئت مدیره انجمن مدیریت منابع انسانی ایران

معاون منابع انسانی شرکت سرمایه گذاری و راهبردی راز

تعریف برند

● برداشت یا تصویر ذهنی که افراد از
یک نام تجاری دارند

برند شخصی

یعنی وقتی از اتاق
خارج می شوی افراد
داخل اتاق چه چیزی
در موردت می گویند.



جف بزوس – بنیانگذار سایت آمازون

مقدمه

برند کارفرما، راهبرد بلند مدتی برای جلب و ایجاد تعلق و نگهداشت استعدادها است. سازمان‌هایی که بتوانند یک برند کارفرمای قدرتمند خلق کنند، به عنوان کارفرمایی شایسته دیده خواهند شد که محیط و شرایط شغلی مطلوبی را برای کارکنان خود رقم می‌زنند. این دید مثبت در نهایت به نتایج موفقیت‌آمیزتری در زمینه‌ی حفظ کارکنان فعلی از طریق ایجاد دلبستگی می‌انجامد.



مفهوم «برند کارفرما»

برند کارفرما به عنوان یک مفهوم جدید و شفافه ای جدید از برند سازمان ها می باشد.
برند کارفرما یعنی تصویری که ذینفعان اصلی و به طور خاص کارکنان فعلی و بالقوه در مورد یک سازمان در ذهن شان شکل گرفته است.



واستون وایت



از نظر واستون وایت برند کارفرما به معنی موقعیت کارفرما در
بازار منابع انسانی است که تصویری از برند سازمان را برای
کارکنان حال و آینده نشان می دهد.

مقایسه برند کارفرما با برند محصول

اهداف:

جامعه هدف برند کارفرما کلیه نیروی کار خصوصا فارغ التحصیلان و کارجویان توانا و جوان است.
جامعه هدف برند محصول بر اساس نوع محصول متفاوت و تمرکز بر عموم مصرف کنندگان است.

محتوای آگهی بازرگانی:

در هنگام تبلیغ برند کارفرما بر این موضوع تاکید می شود که به کارکنان بالقوه در مورد پیشینه شرکت، نوع طراحی لباس، پرداخت، رفاه، حقوق، آموزش و فرصت‌های بهبود و توسعه اطلاعاتی ارائه گردد.
در آگهی های مرتبط با برند محصول توجه و تمرکز معطوف به کارآیی محصول و دادن احساس هایی خوب به مشتریان در مورد محصول می باشد.

مقایسه برند کارفرما با برند محصول

کانال های تبلیغ:

آگهی های مربوط به برند کارفرما عمدتاً از طریق رسانه های مرفه ای استفاده می و جلسات مرفه ای مطرح می شوند.

کانال های پخش آگهی های مربوط به برند محصول شامل رسانه های عمومی از قبیل رسانه های کاغذی، آگهی های تلویزیونی، رادیو و ... می باشند.

محتوای آگهی بازرگانی:

در هنگام تبلیغ برند کارفرما بر این موضوع تاکید می شود که به کارکنان بالقوه در مورد پیشینه شرکت، اعتبار شرکت چشم انداز آتی نظام جبران خدمات رفاه، حقوق، آموزش و فرصت های بهبود و توسعه اطلاعاتی ارائه گردد.

در آگهی های مرتبط با برند محصول توجه و تمرکز معطوف به کارایی محصول و دادن احساس هایی خوب به مشتریان در مورد محصول می باشد.

اهداف برند کارفرما

❑ ایجاد همسویی کارکنان با ارزش های سازمان

❑ تشویق به تسهیم و خودشناسی، رضایت و تعلق نسبت به شغل و سازمان

❑ افزایش جذابیت برای استعدادها در آینده

❑ توجه به جذابیت و رقابتی بودن در پرداخت و شرایط

❑ برجسته نمودن اهمیت کارکنان در مأموریت ها

❑ و توجه سازمان به کارکنان به عنوان سرمایه اصلی



برای موفقیت در بازاریابی داخلی و برندینگ داخلی مضمون متخصصان منابع انسانی ضروری است.

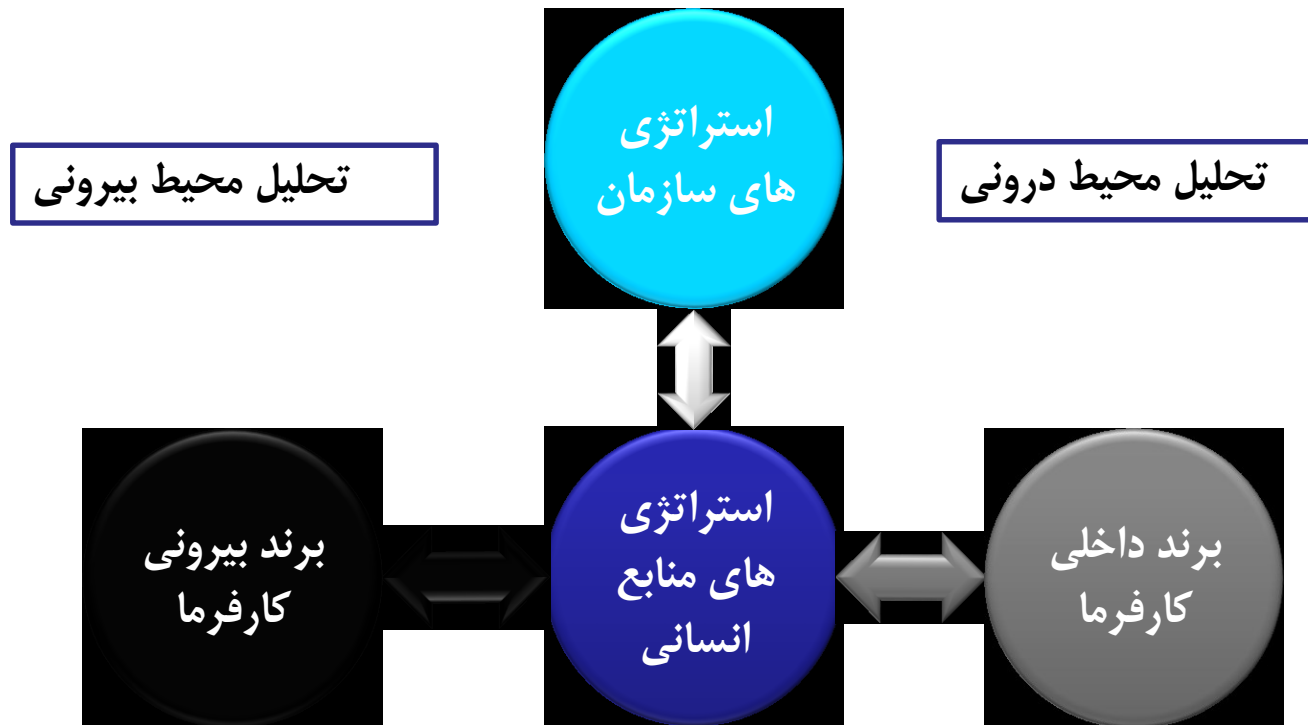
یک شرکت زمانی به بزرگترین مزیت رقابتی دست می یابد، که اقدامات کارکنان و هویت برندینگ داخلی یکدیگر را تقویت می کنند.

اگر یک برند وعده و یا هدف گذاری برای توسعه بازارهای بین المللی یا بازارهای متنوعی بدهد منابع انسانی جهت رسیدن به این وعده بایستی اقدام به گزینش و استخدام کارمندان مناسب که در این بازارها نقش افرینی کنند دارد

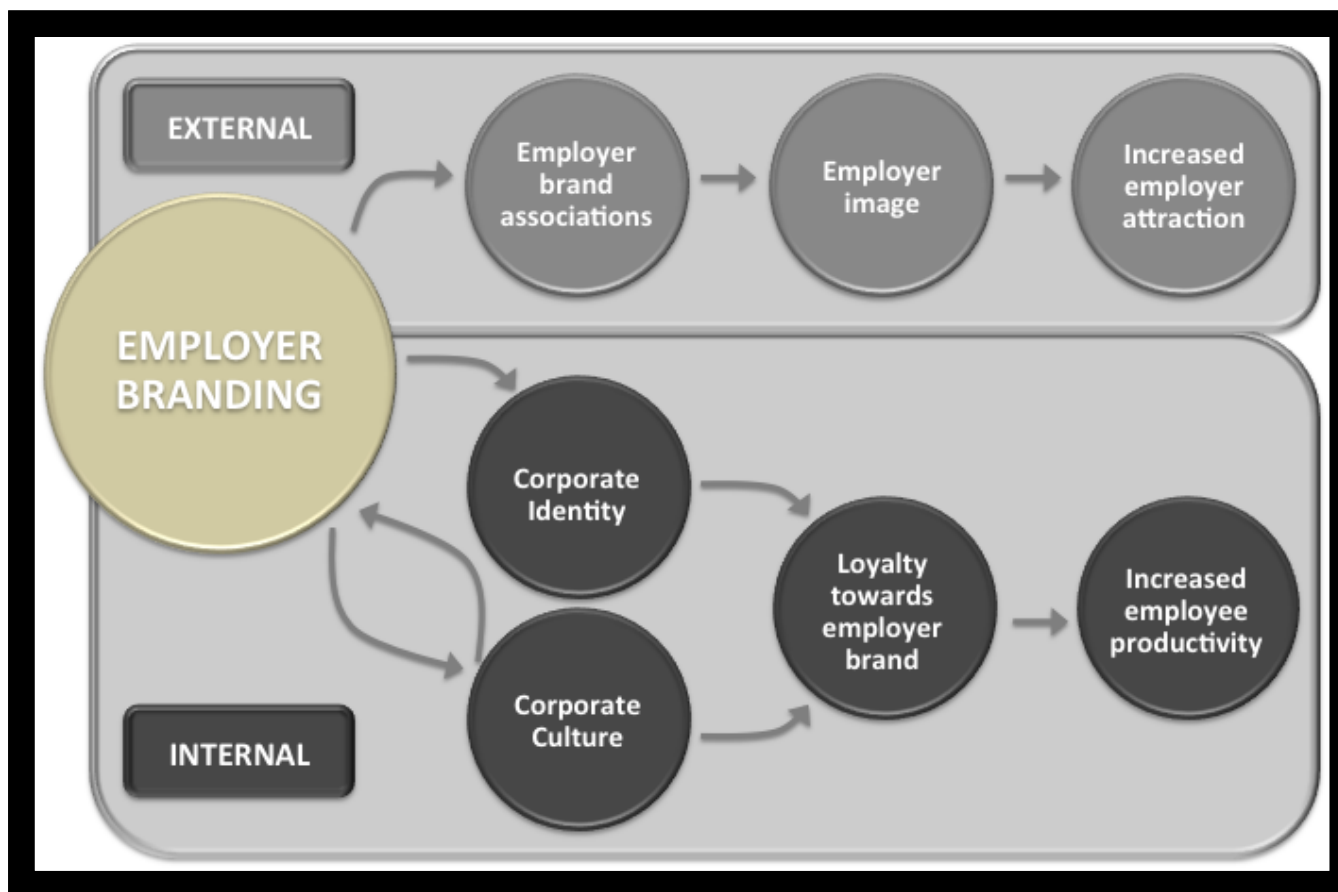
فرماندهی برند کارفرما با کیست؟



برند کارفرما در استراتژی های منابع انسانی



پیامدهای برند کارفرما





یک مکان عالی
برای کار کردن
نظر شما چیست؟

BEST PLACE TO WORK

تعدادی از شرکتهای برتر از میان ۵۰ شرکت انتخاب شده در

سال ۲۰۱۸ براساس ارزیابی شرکت Glassdoor



Facebook



Microsoft



Google



Ultimate Software



LinkedIn



نقاط قوت اظهار شده درباره این کارفرماهای برتر

❑ ساعات کار شناور برای کارکنان؛

❑ فرهنگ باز و بدون ترس از بیان نظرات خود؛ و شور خلاقیت ذهن بدون مرز کارکنان

❑ محیط پر از یادگیری؛ سازمان یادگیرنده

❑ برافروزداری از همکاران و مدیران باهوش، متخصص و دوست داشتنی؛

❑ داشتن چشم اندازی موفق از آینده شرکت؛

❑ مزایای مالی خوب.

کارکنان سازمان سفیرهای برند کارفرمایی

لازمه ایجاد و حفظ برند کارفرما، راهبرد بلند مدتی

است برای جلب، ایجاد تعلق و دلبستگی کارکنان.

دلبستگی چیست ؟

دلبستگی سازمانی چیست ؟

مس دلبستگی سازمانی، مسی است که فرد خود را جزء سازمان و منافع خود را منافع سازمان می‌داند .

اشتیاق یا دلبستگی سازمانی یعنی چقدر کارکنان ما در سازمان حاضرند تلاش داوطلبانه انجام دهند؟

چنین کارکنانی که عاشق کارشان هستند، تمرک و خلاقیت ایجاد می کنند .



دلبستگی سازمانی فراتر از رضایت شغلی

کارکنان دلبسته، همواره ذهن، دست، قلب و روح خود را در سازمان سرمایه‌گذاری می‌کنند. دلبستگی بیانگر مفاهیمی نظیر "انرژی"، "شور" و "تعهد" است.

کارکنان با انگیزه و بدون دلبستگی تنها زمانی تلاش می‌کنند که این تلاش سودی برای خود آنها داشته باشد.

کارکنان دلبسته به خاطر سازمان سفت تلاش می‌کنند و موفقیت سازمان به آن‌ها انگیزه می‌دهد.



بهینه کاوی توسعه برند داخلی و

سنجش دلبستگی کارکنان در

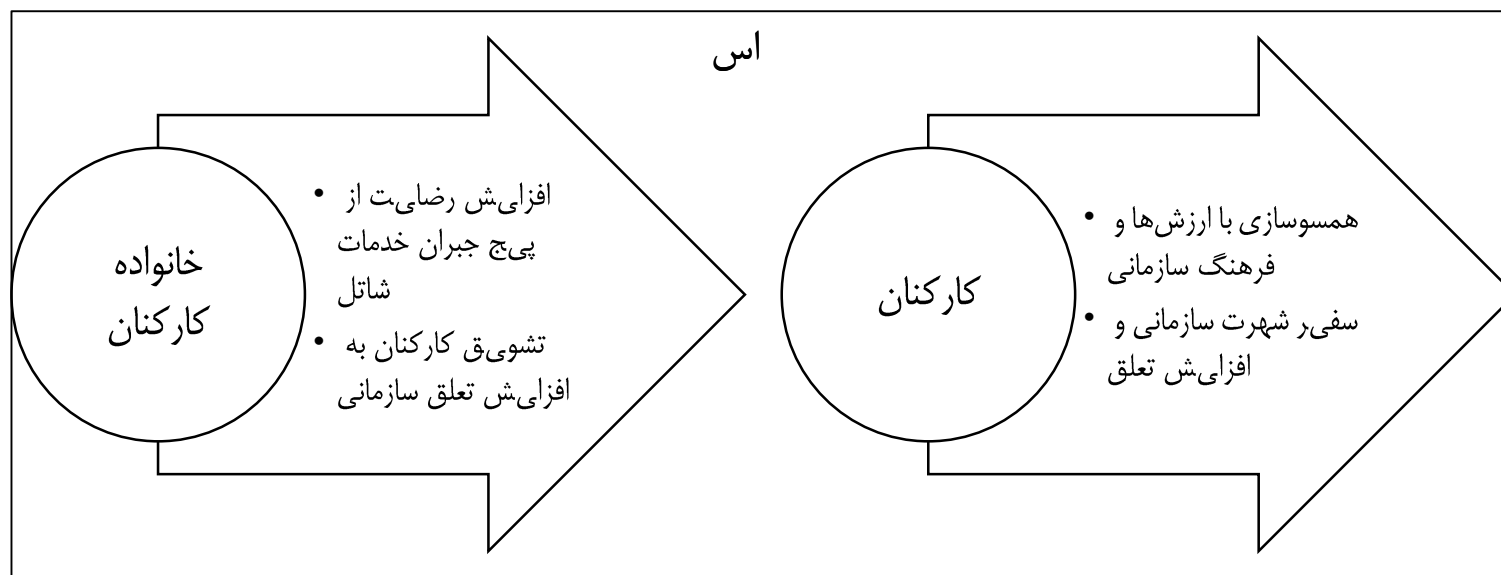
شرکت اورند پیشرو

شرکت اورند پیشرو

- ❑ شرکت اورندپیشرو به عنوان بزرگترین زیرمجموعه گروه رایزکو، در زمینه طراحی و تامین قطعات پلیمری خودرو از جمله اجزاء سیستم سوخت رسانی برای خودروسازان ایران و جهان از سال ۱۳۷۶ فعالیت می نماید.
- ❑ با توجه به نگاه ویژه به امر نوآوری و کیفیت محصولات و خدمات، همواره به عنوان یک شریک مطمئن برای خودرو سازان مطرح بوده است و بیش از ۷۰٪ از سهم بازار قطعه سازان ایران را در حوزه قطعات سوخت رسانی دارا می باشد.



مدل مفهومی



تحويل دادنی‌ها	اقدامات	گام های اجرایی
تهیه برنامه‌ی مشفص توسعه برند کارفرما	برگزاری برنامه های داخلی به مناسب های مختلف	تهیه تقویم مناسبت‌های آورند
		اعطای ارزاق و سبدکالا در مناسبت‌های مختلف
		برگزاری گردهمایی سالانه
		برگزاری جشن تولد آورند
		برگزاری جشن تربن ها برای قدردانی از نفرات برتر
		برگزاری مسابقات ورزشی و اهدای جوایز به برندگان
		اجاره سالن های ورزشی و استخر جهت فعالیت بدنی کارکنان
		ارائه خدمات فصلی تفریمی و ورزشی
		ارائه غذای رژیمی به پرسنل
		ارزشیابی ادواری سطح سلامت جسمی کارکنان
	تقویت برند کارفرمایی آورند برای کارکنان و خانواده هایشان	اعطای تسهیلات وام قرض المسنه (ازدواج، تعمیرات منزل، فرید خانه و ...)
		تفصیص پاداش ماه ۱۳ در راستای اجرای آراستگی محیط
		اسکان کارکنان در وامد آپارتمانی آورند
		استقرار وامد دندان پزشکی در مجتمع مسکونی آورند
		برگزاری ضیافت افطار رمضان
		تقدیر از دانش آموزان ممتاز پرسنل
		اهدای بسته های کمک تمصیلی به دانش آموزان ممتاز پرسنل
		ثبت نام فرزندان کارکنان در کانون پرورش فکری مقاطع تمصیلی مختلف
		هدیه ازدواج و تولد فرزند
		هدیه روز مرد و روز زن

برگزاری مراسم جشن تولد اورند



برگزاری جشن ضیافت افطار اعضای خانواده بزرگ اورند پیشرو



تقدیر از مدرسین داخلی



تقدیر از برترین پیشنهاد دهنده ها



برگزاری مراسم تقدیر از فرزندان ممتاز اورند



توزیع بسته های کمک هزینه تحصیلی فرزندان اورند



برگزاری مسابقات ورزشی ویژه آقایان و بانوان



برگزاری برنامه اهداء خون در راستای مسئولیت های اجتماعی سازمان



اعزام پرسنل منتخب به مشهد مقدس و کربلای معلی



برگزاری مسابقات کتابخوانی، مشاعره و نشست ادبی





باشگاه تنیس روی میز
پرهام ایران
حامی اعزام تیم ملی
تنیس روی میز کارگران کشور
به ششمین دوره
مسابقات جهانی کارگران
(تورنوس، اسپانیا)

ششمین
جهانی
تورنوس، اسپانیا

کشور
ملی
تنیس روی میز
کارگران
سایران



Consells Esportius
de Catalunya

2

Generalitat
de Catalunya

esportcat



Consells Esportius
de Catalunya

Generalitat
de Catalunya

esportcat



Consells Esportius
de Catalunya

1

Generalitat
de Catalunya

esportcat



Consells Esportius
de Catalunya

Generalitat
de Catalunya

esportcat



Consells Esportius
de Catalunya

3

Generalitat
de Catalunya

نهادینه سازی ارزش های سازمانی



من یک اورندی هستم

من یک اورندی هستم

عامل متمایز کننده بین گروه راز و سایر سازمانها سبک رهبری است

من یک اورندی هستم

سبک رهبری در گروه راز، رهبری بر دل هاست

من یک اورندی هستم

پرسنل گروه راز « دلی » کار می کنند ...

من یک اورندی هستم

من یک اورندی هستم

رهبری از دیدگاه جانسی ماکسول

- رهبری هر سازمان از دیدگاه جانسی ماکسول در یکی از سطوح ۵ گانه قرارداد

- ➡ سطح اول: POSITION است، پایین ترین سطح رهبری در این حالت رهبر یک مدیر است و از

حکمش قدر می گیرد. سازمان دستوری اداری می شود. افراد مشارکت داده نمی شوند و کارکنان

کارشان را انجام می دهند و میروند

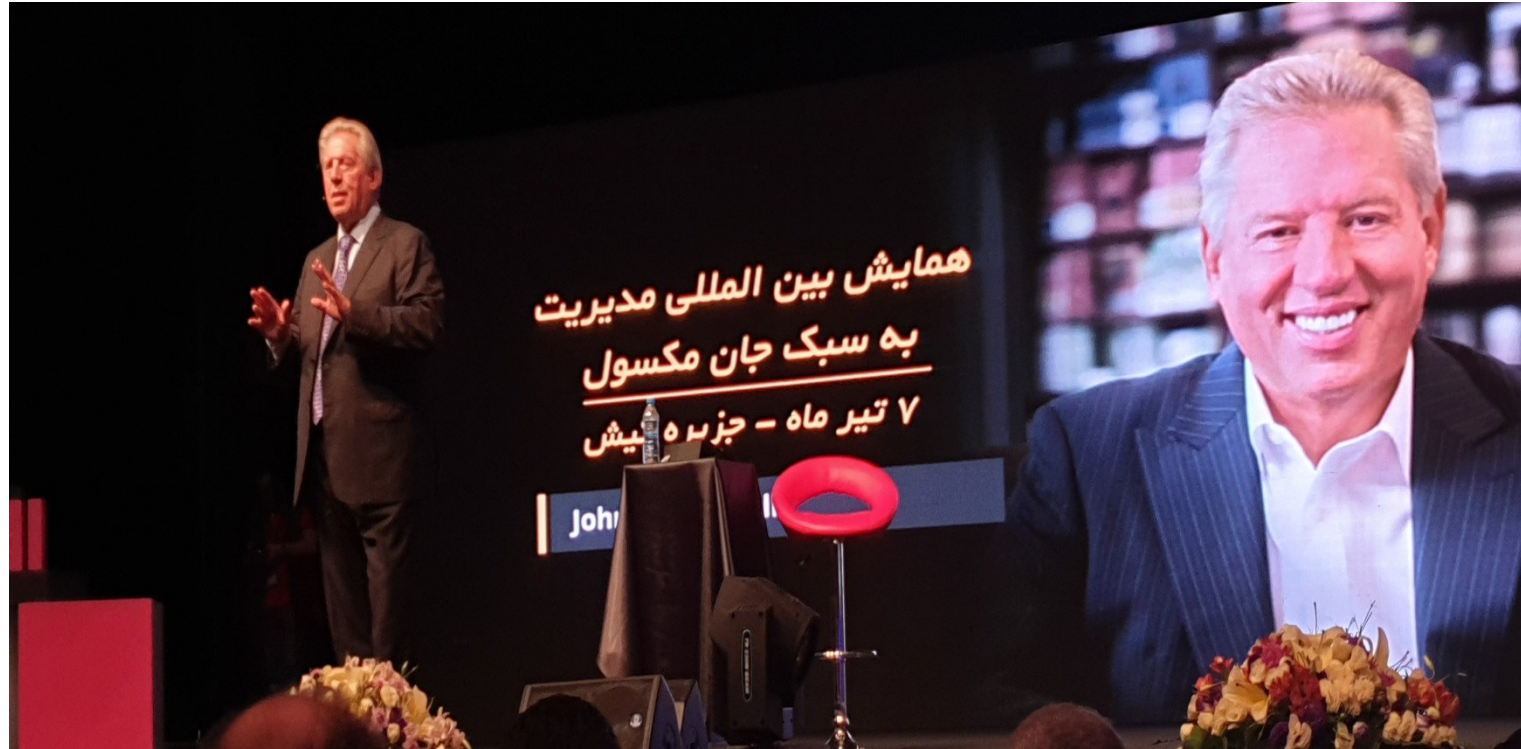
- ➡ سطح دوم: PERMISSION است، در این سطح از رهبری ارتباط دوسویه برقرار است. رهبر کارکنان

را دوست دارند و کارکنان از او تبعیت میکنند سه ویژگی دارد

الف- رهبر خود الگوی سازمان است

ب- به کارکنان گوش میدهد در میان کارکنان راه می رود و گفتگو میکند

ج- این حس در سازمان وجود دارد که رهبر به کارکنان خدمت میکند



همایش بین المللی مدیریت
به سبک جان مکسول
۷ تیر ماه - جزیره ایش

John

رهبری از دیدگاه جانسی ماکسول



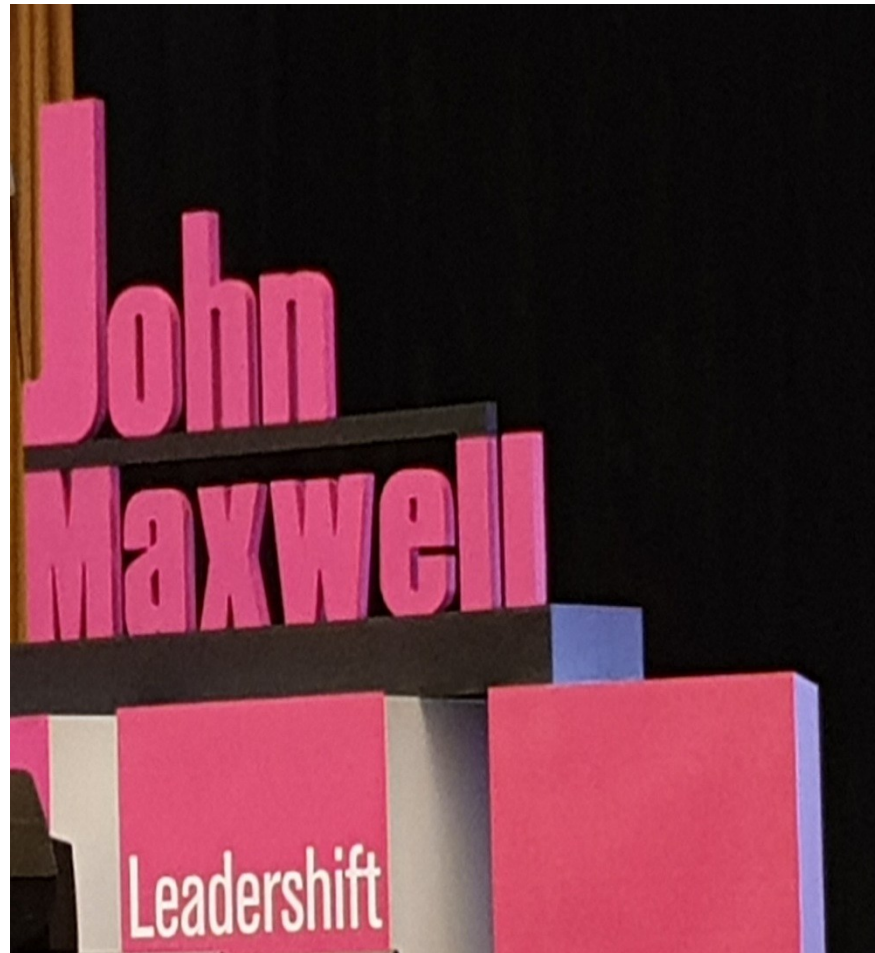
- سطح سوم production سطح نتیجه و دستاورد است
- در این سطح با عبور از دو سطح دیگر سازمان به دستاوردهای مهم و ع
- کارکنان و رهبر به یکدیگر اهمیت میدهند
- اعتماد یا trust ایجاد میشود هر دو بهم کمک میکند
- و گشتاور یا momentum ایجاد میشود
- در سازمان با رهبر level 3 دستاوردها مشهود است



رهبری از دیدگاه جانسی ماکسول

- سطح چهار رهبری respect یا reproduction خلق مجدد است در این سطح رهبر برای خودش برنامه IDP یا توسعه فردی مشخصی دارد
- همه کارکنان را توسعه میدهد
- مثل یک اهنر با افراد موثر و کارآمد را جذب میکند و توسعه میدهد
- اول میآموزد و مانند یک مربی می آموزاند و از کارکنان نیز میخواهد چنین کنند
- ارزش آفرینی در این سطح رهبری روز افزون میگردد
- ایده های جدید و محصولات نوآور حاصل این سطح رهبری است
- سازمان رهبری سطح ۴ یک سازمان یادگیرنده است.
- رهبری سطح پنج PINNACLE در این سطح رهبر از همه کارکنان تصویری صحیح از تواناییهایشان دارد
- هر روز ارزش جدیدی آفریده میشود

LEADERSHIP CHANGE TO LEADERSHIFT



برف

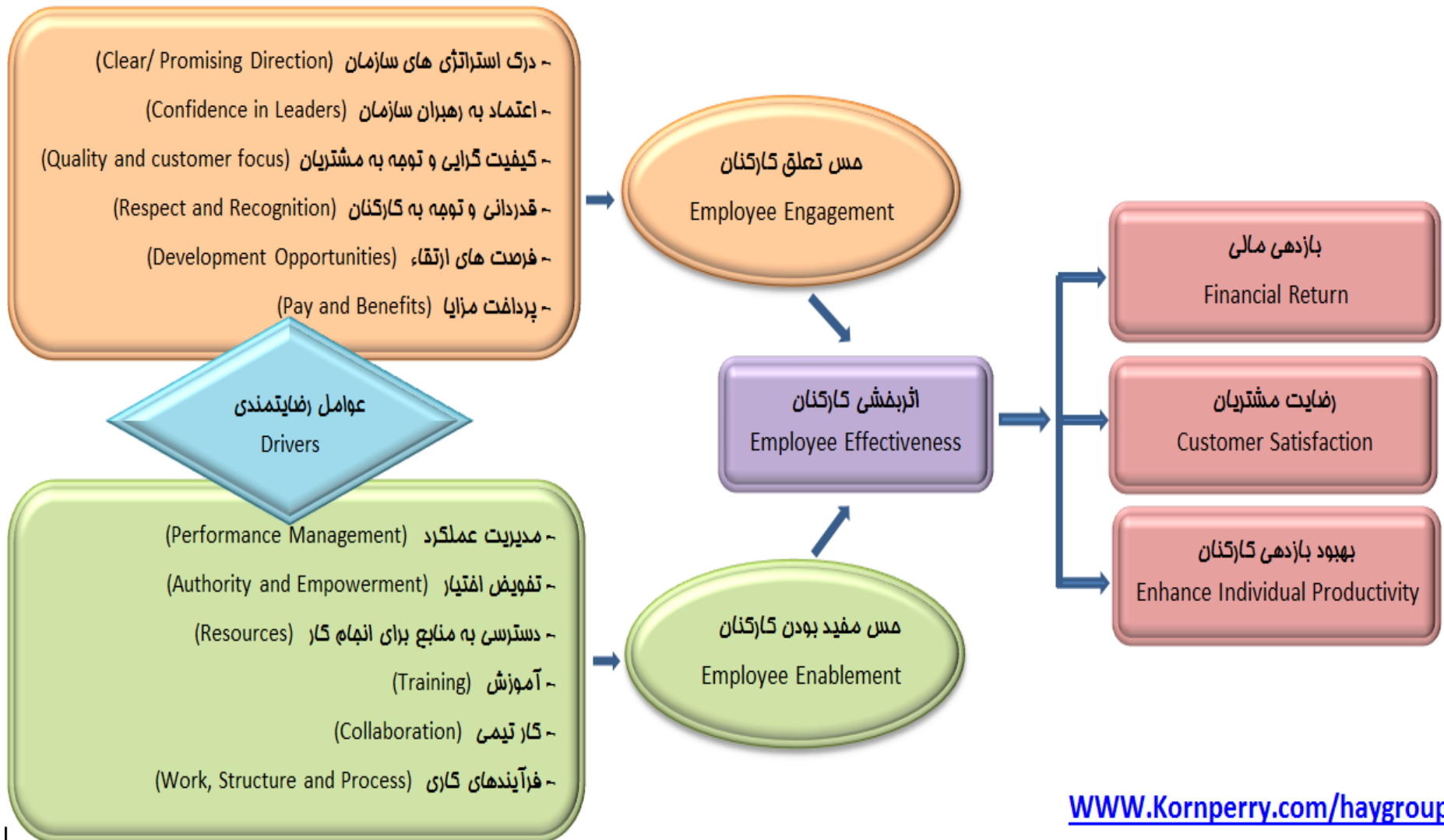
(برنامه رشد فردی)



کلمه برف را به خاطر داشته باشید!

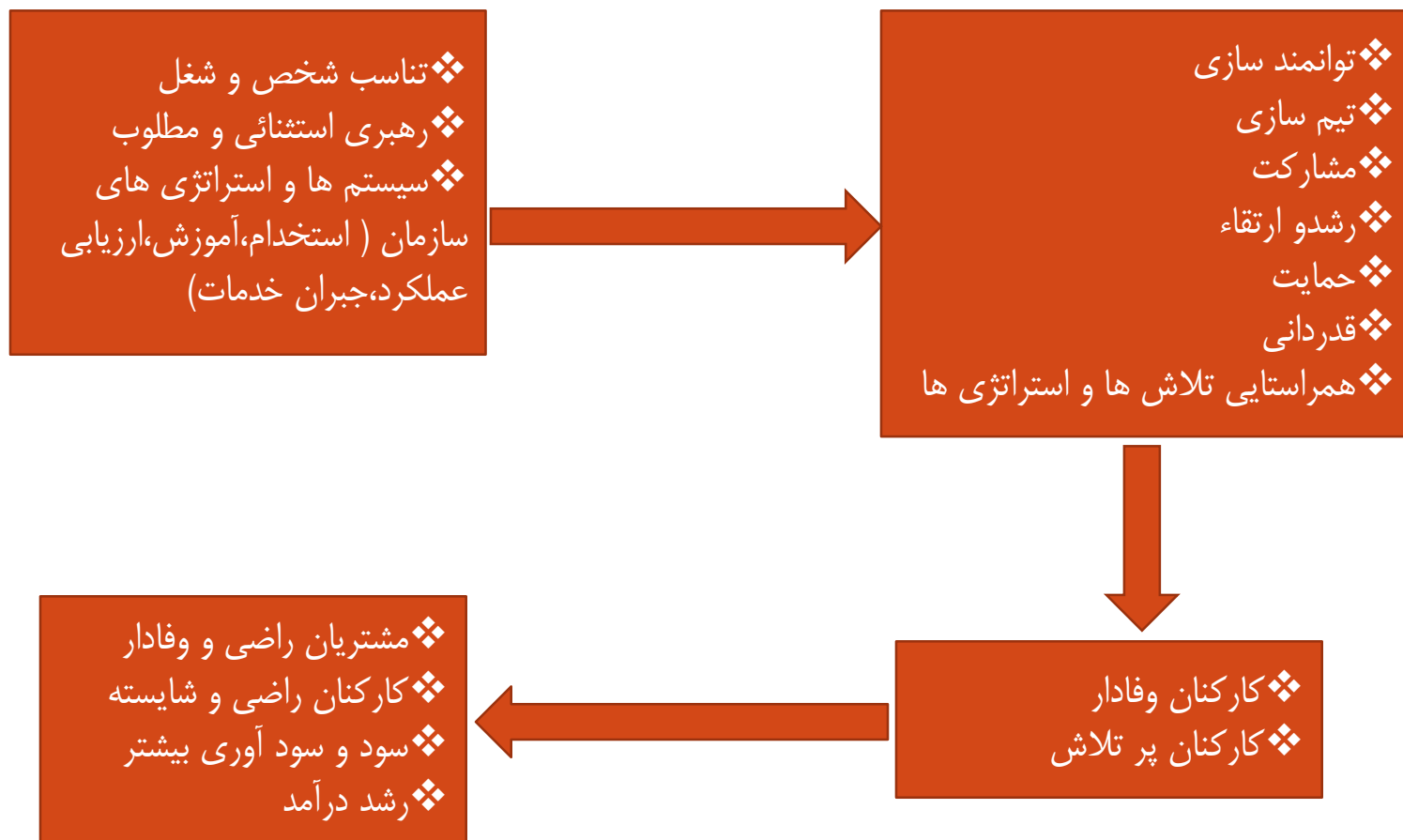
نکته کلیدی سخنرانی جناب آقای دکتر صمدی، ریاست محترم هیئت مدیره هلدینگ رایزکو در بیست و یکمین جشن تولد شرکت اورند پیشرو

مدل هی گروپ (HAYGROUP)



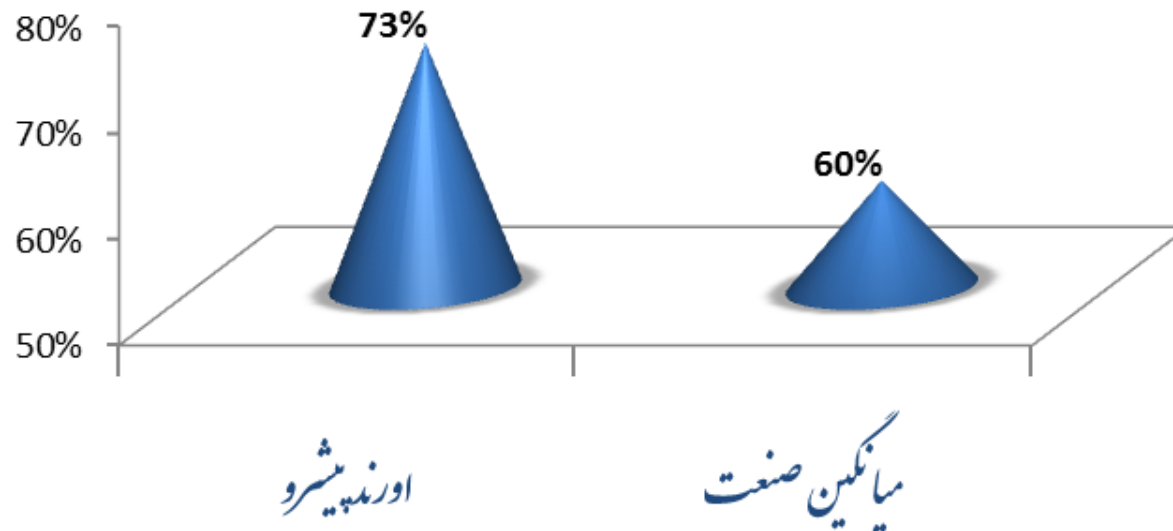


چرخه دلبستگی کارکنان به کار و سازمان

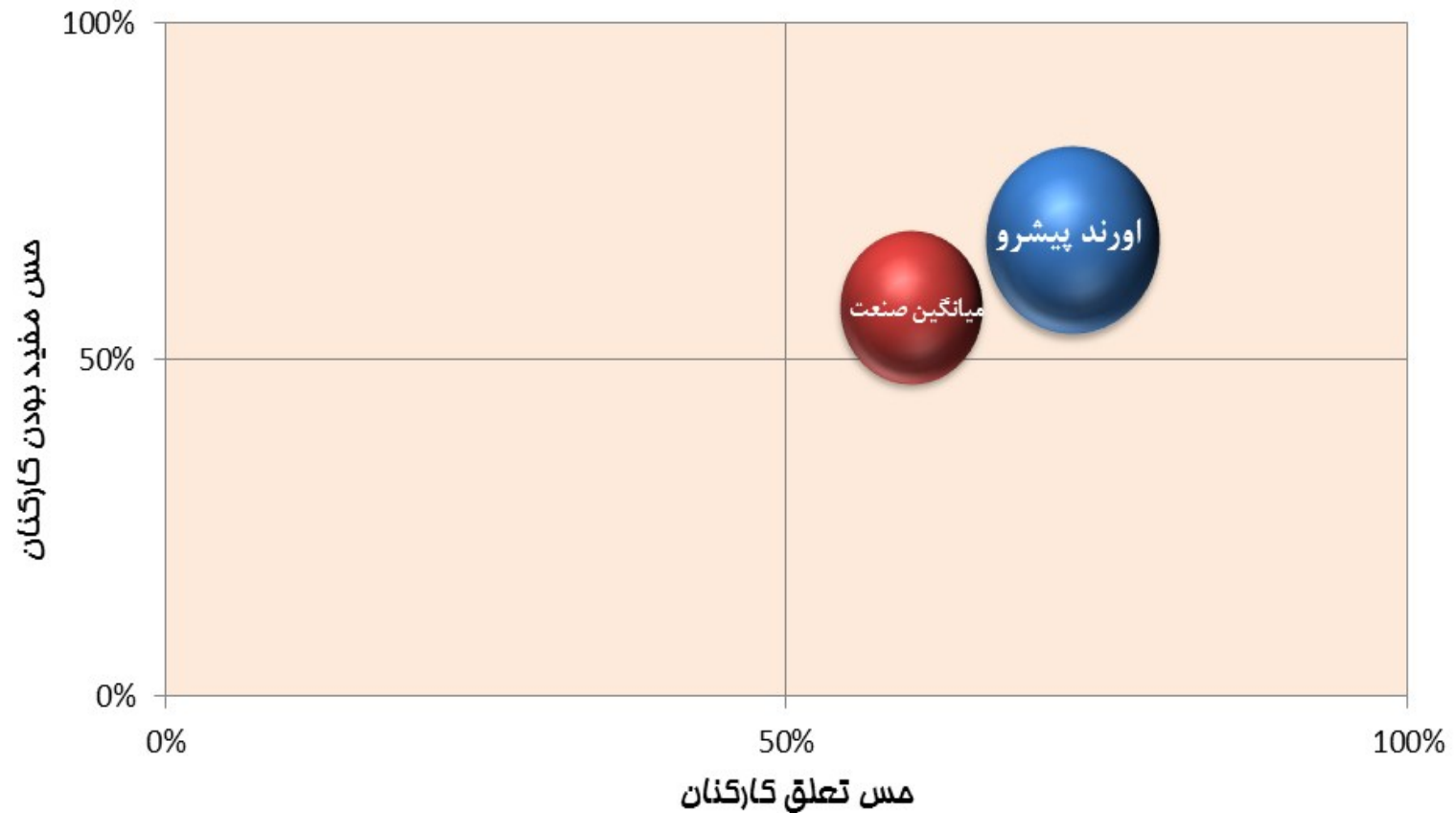




مقایسه میانگین تعلق پرسنل شرکت اورندبا میانگین صنعت



مقایسه میانگین رضایت شغلی شرکت اورد با میانگین صنعت خودرو



اگر برنامه یکساله دارید ، برنج اندر حیات خود بکارید

درخت میوه باید کاشت در باغ ، اگر برنامه ده ساله دارید

اگر برنامه صد ساله ات هست ، به انسان ساختن همت بکارید

چو انسان ساختید شاید روزی ، جهانی را بدست او سپارید

باشکرا از حضور سبزتان

