

สร้างคอนเทนต์ Employer Branding ด้วยเทคนิค 4C

การทำคอนเทนต์ Employer Branding สิ่งแรกที่ HR ต้องคำนึงถึงก็คือผู้สมัคร ในบางครั้งเราอาจมีเรื่องที่จะเล่ามากมาย มีข้อดีขององค์กรที่อยากบอก แต่นั่นอาจไม่ใช่สิ่งที่ผู้สมัครอยากรู้ จึงทำให้คอนเทนต์ที่เราทำออกมาน่าเบื่อ มีแต่ข่าวสารองค์กร ภาพหมู่ที่ไม่มีชีวิตชีวา และมียอด engagement ต่ำ

ดังนั้นเมื่อจุดประสงค์ของการทำ Employer Branding คือเพื่อให้ผู้สมัครเกิดการรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีและสนใจอยากทำงานกับองค์กร องค์กรจึงควรทำคอนเทนต์ที่ตอบโจทย์สิ่งที่ผู้สมัครอยากรู้เพื่อใช้พิจารณาตัดสินใจร่วมงานกับองค์กร ซึ่งมีอยู่ทั้งหมด 4C ด้วยกันคือ **Company Culture, Career Development, Colleagues, Compensation & Benefit**

หากองค์กรสามารถตอบได้ว่า 4C ของเราคืออะไร ก็จะสามารถนำมาทำ Employer Value Proposition (EVP) ขององค์กร เพื่อแมพกับ Candidate Persona ของผู้สมัครที่คาดหวัง แล้วนำมากำหนดเป็นแนวทางการทำคอนเทนต์ Employer Branding ให้กับองค์กรได้ ซึ่ง Adecco ได้รวบรวมไอเดียการทำคอนเทนต์ Employer Branding มาให้เลือกใช้กันถึง 20 รูปแบบ

สิ่งสำคัญในการทำคอนเทนต์ Employer Branding คือ **การมี EVP ที่สามารถจูงใจผู้สมัครได้** และมี Culture ที่ชัดเจนเพื่อสร้างความจดจำ เมื่อกำหนดสิ่งนี้ได้แล้วก็จะสามารถทำงานออกมาได้ง่ายขึ้นมาก และสามารถนำ 20 ไอเดียเหล่านี้มาปรับใช้ได้ง่ายขึ้น

ตัวอย่างเช่น สมมติว่า EVP และ Culture ขององค์กรคือ “work hard play hard” เพื่อต้องการดึงดูดคนรุ่นใหม่ที่ไม่ไ้ความสำเร็จแบบรวดเร็ว เราก็สามารถนำเสนอคอนเทนต์ออกมาในหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการลงบทความหรือวิดีโอสัมภาษณ์แนวคิดผู้บริหาร, การลงรูปกิจกรรมที่สื่อถึงการ work hard play hard เช่น ภาพเบื้องหลังการทำงาน หรือภาพปาร์ตี้หลังเลิกงาน, การทำ testimonial ของพนักงานที่มีต่อความสำเร็จขององค์กรที่เกิดจากการ work hard play hard, การถ่ายรูป welcome kit หรือของพรีเมียมขององค์กรที่มี quote work hard play hard ก็สามารถนำมาทำเป็นคอนเทนต์ได้

จะสังเกตว่าหากองค์กรมี EVP และ Culture ที่เป็นรูปธรรมชัดเจน ทุกๆ อย่างรอบตัวเราสามารถจับมาทำเป็นคอนเทนต์ได้หมดเลย ซึ่งแม้ว่าคุณจะเป็นมือใหม่หัดเขียนคอนเทนต์ก็สามารถเริ่มต้นปั้น employer branding ได้ไม่ยากเลย