

《2021上半年山东民营企业雇主品牌报告》

齐鲁人才研究院 2021.06

目录



第一章 山东民营企业雇主品牌建设现状

第二章 理想雇主价值主张驱动因素

第三章 企业雇主品牌建设路径

第四章 山东民营企业优秀雇主品牌展示

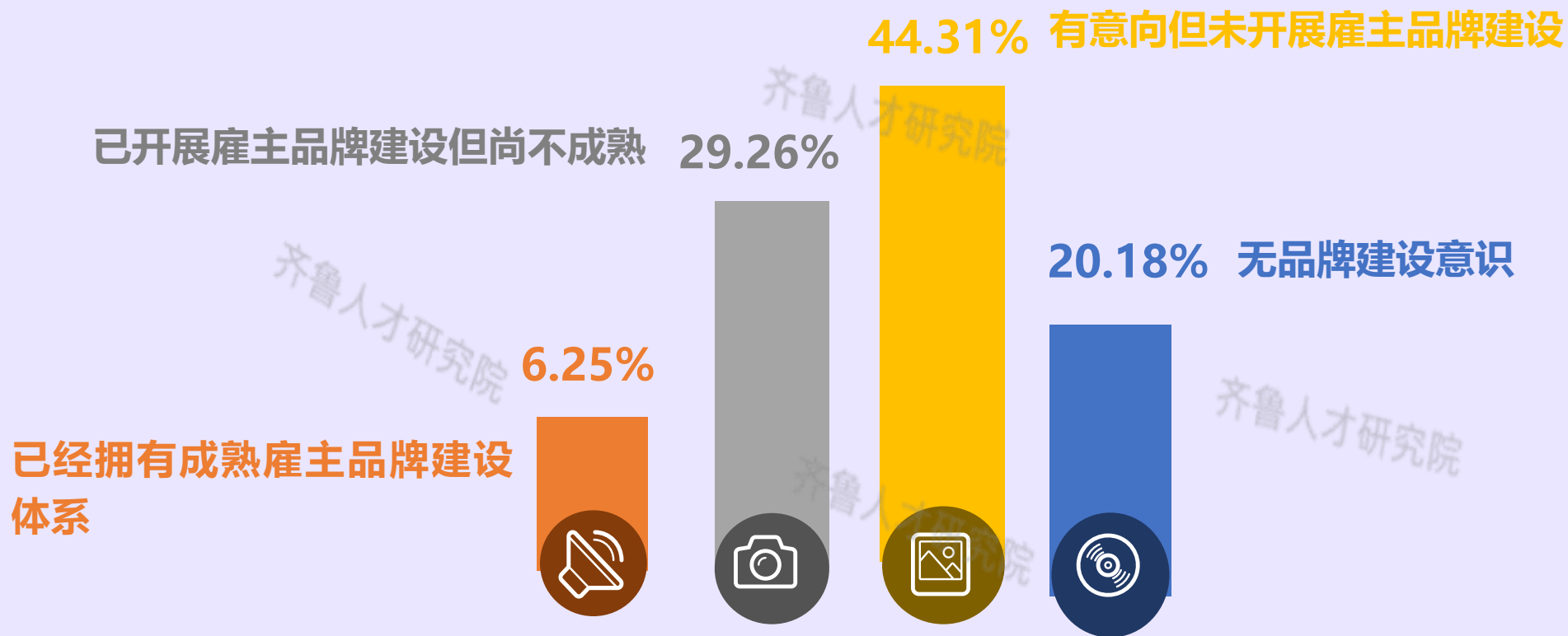
注：《报告》分析源于9873份企业调研样本；3万名活跃求职者个人样本。



第一章 山东民营企业雇主品牌建设现状



1.1 企业雇主品牌建设实施概貌



从调查结果看，近8成企业认识到雇主品牌的重要性，但仅3成以上企业落地雇主品牌建设，多数民营企业对打造雇主品牌的认知还停留在初级阶段，雇主品牌建设空间大。



1.2 实施雇主品牌建设带来的企业价值分析

员工忠诚度高

69.18%

69.18%的雇主表示实施雇主品牌建设可以降低员工离职率，提升员工忠诚度。

提升企业品牌价值

62.07%

62.07%的雇主表示开展雇主品牌建设可以提升企业品牌价值。

降低企业招聘成本

54.48%

54.48%的雇主表示实施雇主品牌建设可以降低企业招聘成本。

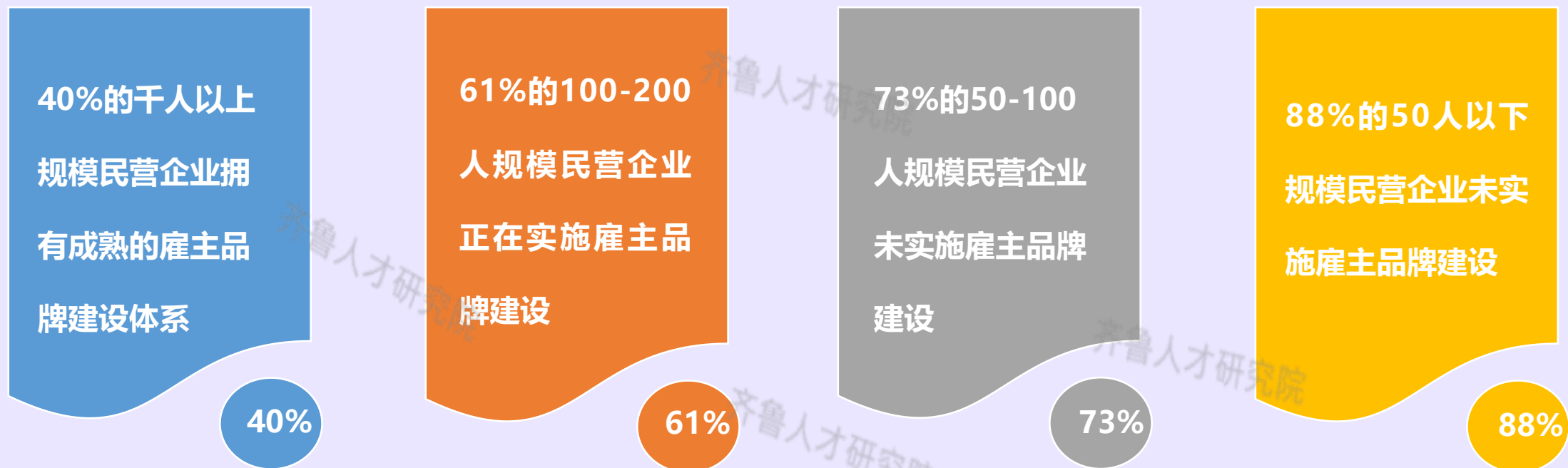
提升企业对人才吸引力

50.34%

50.34%的雇主表示实施雇主品牌建设可以提升企业对人才吸引力。



1.3 企业雇主品牌建设实施概况按企业规模分析



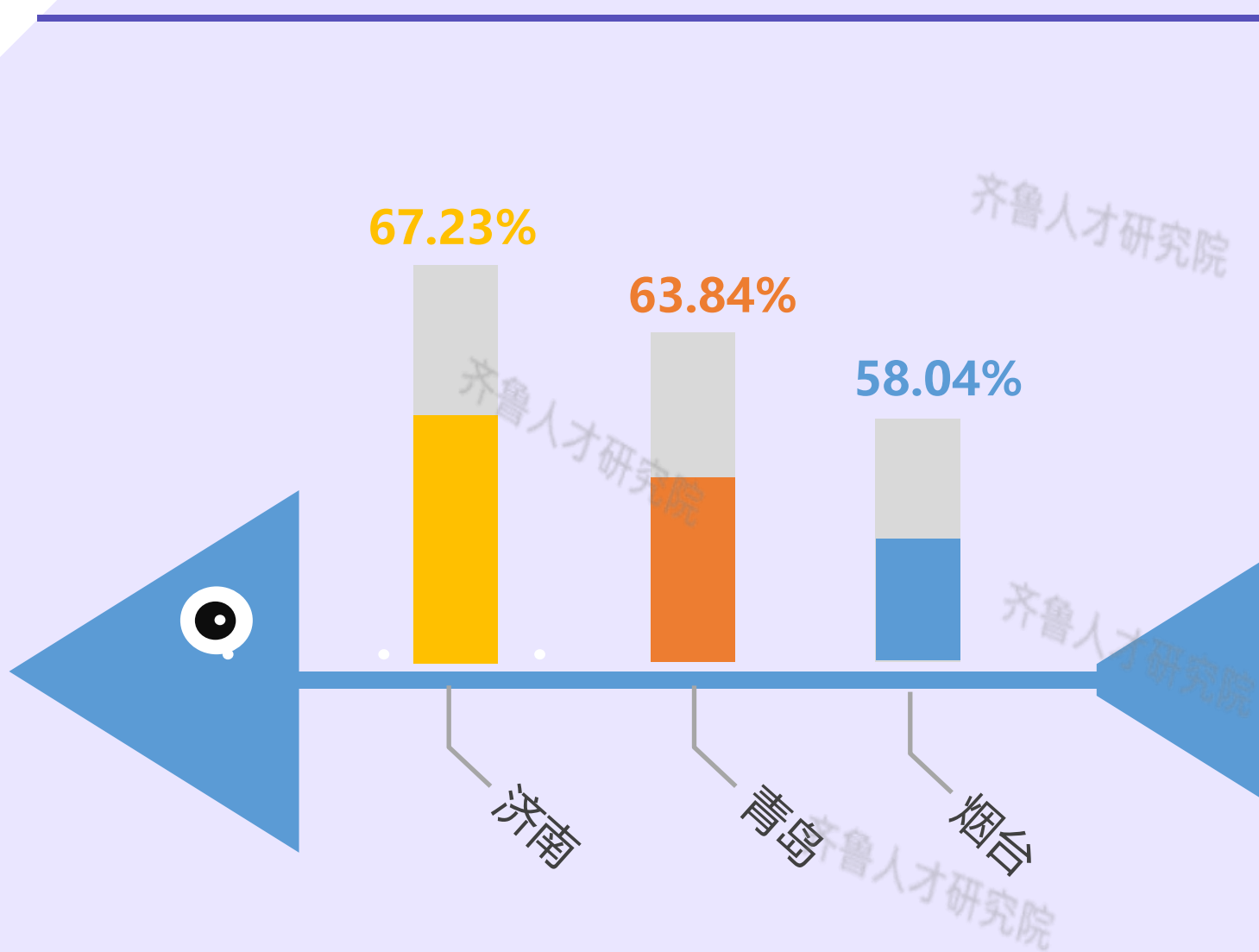
不同规模企业在落地雇主品牌力度方面存在较大差异，40%的千人规模以上企业已经拥有成熟的雇主品牌建设体系；中小企业受限于自身实力和战略格局，无暇顾及雇主品牌。

1.4 企业雇主品牌建设实施概况按企业所属行业分析

不同行业雇主品牌建设实施差异大，互联网行业雇主品牌建设相对成熟。



1.5 企业雇主品牌建设实施概况按所在地市分析



开展雇主品牌建设比例较高的企业所在地市分别为**济南、青岛、烟台**。三市作为省内经济实力最雄厚、创新资源最富集的区域，人才竞争激烈，企业雇主品牌建设意识强。

齐鲁人才研究院

1.6 企业雇主品牌建设实施概况按公司成立时间分析

成立50年



52.18%

成立20年



64.22%

成立10年



47.25%

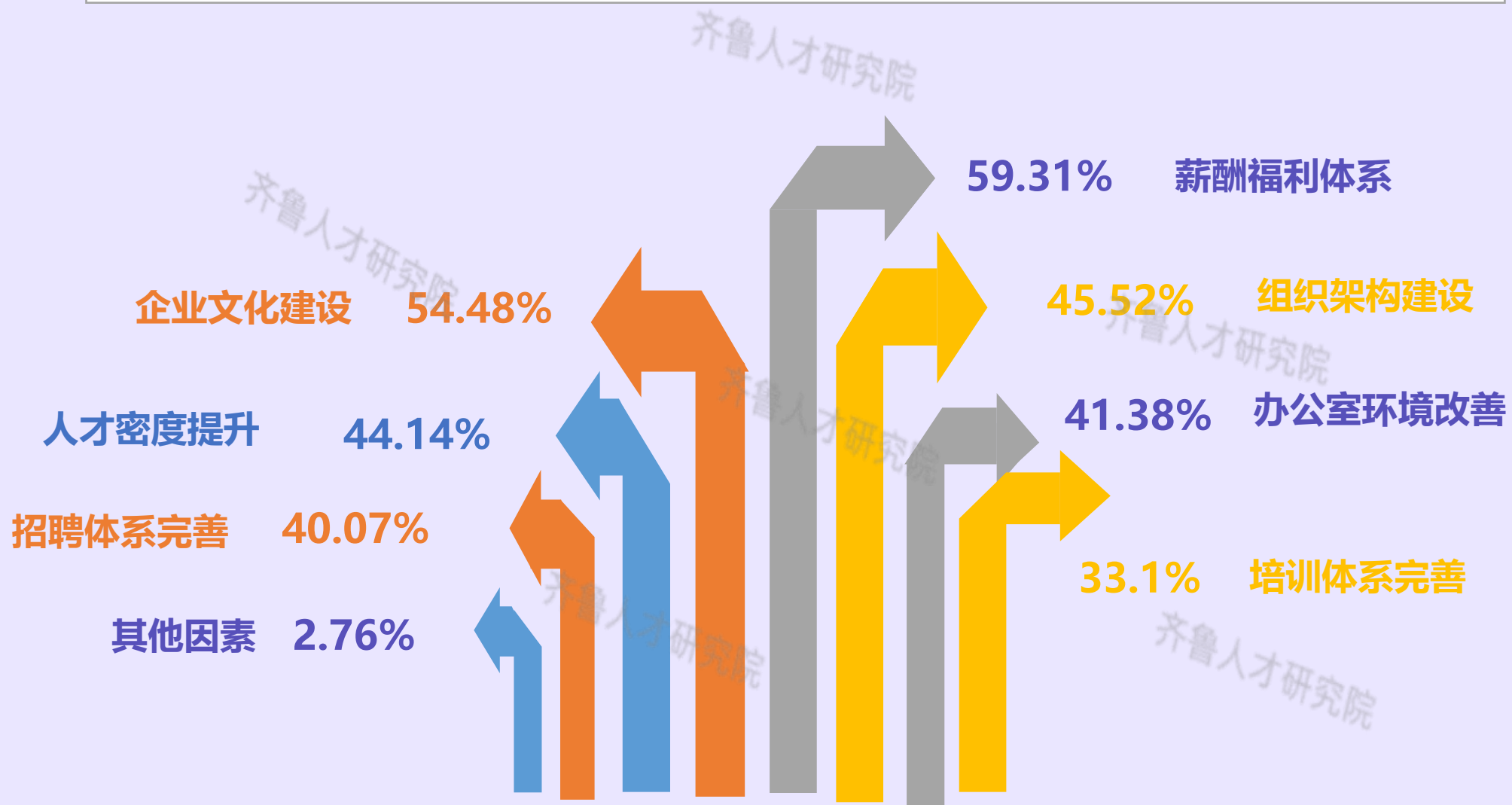
结果显示，成立**20年以上**的企业雇主品牌建设比例最高，达到了**64.22%**。

成立**50年以上**的企业为**52.18%**，一些老字号企业与同行业的新型企业相比，难以建设有市场竞争力的人才管理体系，雇主品牌建设相对滞后。



1.7 企业开展雇主品牌建设实施维度分析

调查结果显示，近6成企业认为雇主品牌建设实施第一步是**薪酬福利体系完善**。

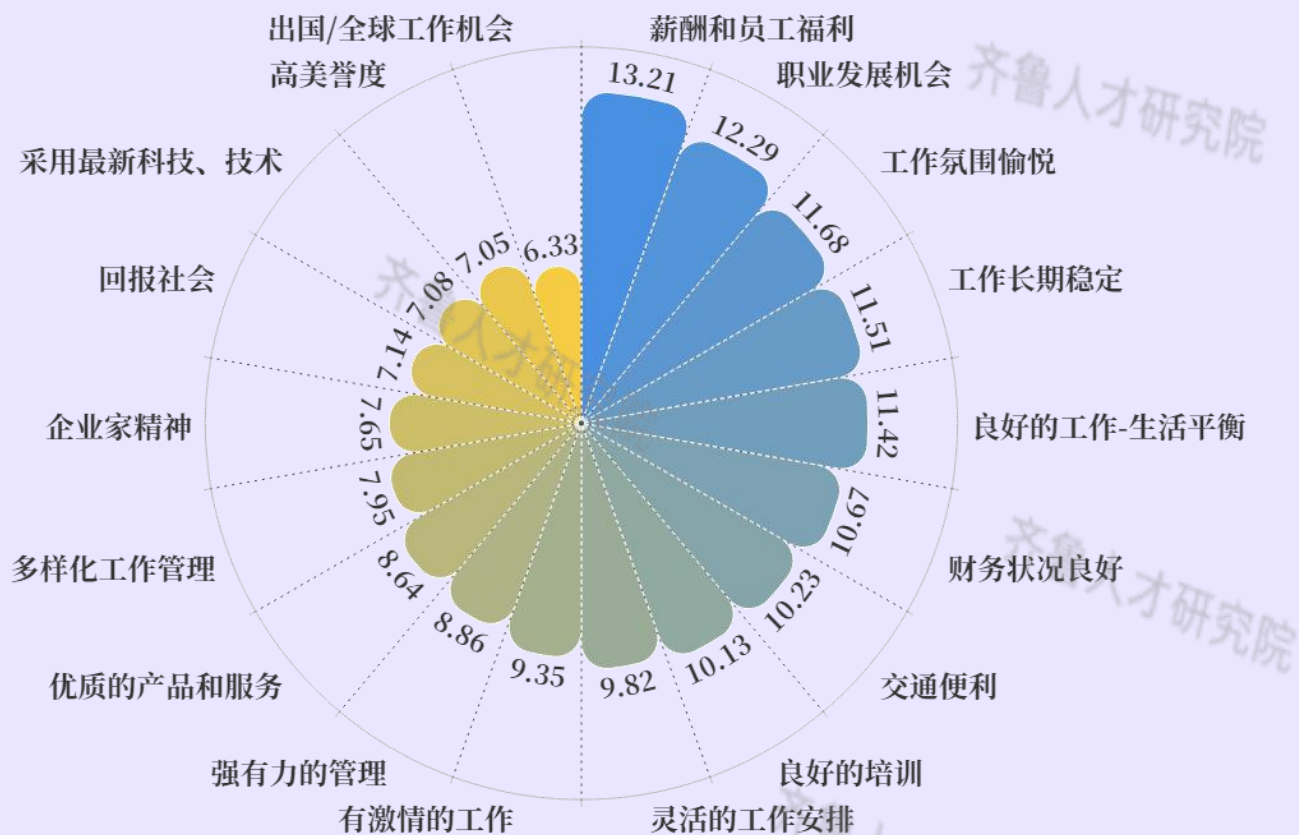


第二章 理想雇主价值主张驱动因素



2.1

职场人寻找理想雇主价值主张驱动因素分析



薪酬和员工福利位列求职者选择雇主首选因素。

职业发展机会、工作氛围愉悦排在二、三位。



2.2 男女职场人寻找雇主驱动因素分析



12.8

职业发展机会

11.87

工作长期稳定

9.93

有激情的工作

8.49

多样化工作管理



11.8

财务状况良好

11.09

交通便利

10.67

良好的培训

10.28

灵活的工作安排



男女职场人

寻找雇主驱动因素大不同

2.3 寻找雇主价值驱动因素按职场人年龄段分析

26-30岁的职场人上进心最强，寻找雇主时最注重**职业发展机会**。

随着年龄增大，职场人越来越注重**工作稳定以及工作与生活的平衡**。



2.4 寻找雇主价值驱动因素按职场人学历层次分析

大专以下



- 财务状况良好
- 薪酬和员工福利
- 工作长期稳定
- 良好的培训
- 强有力的管理

大专



- 薪酬和员工福利
- 工作氛围愉悦
- 职业发展机会
- 良好的工作-生活平衡
- 财务状况良好

本科



- 薪酬和员工福利
- 职业发展机会
- 工作长期稳定
- 良好的工作-生活平衡
- 工作氛围愉悦

研究生及以上



- 薪酬和员工福利
- 职业发展机会
- 良好的工作-生活平衡
- 良好的培训
- 灵活的工作安排

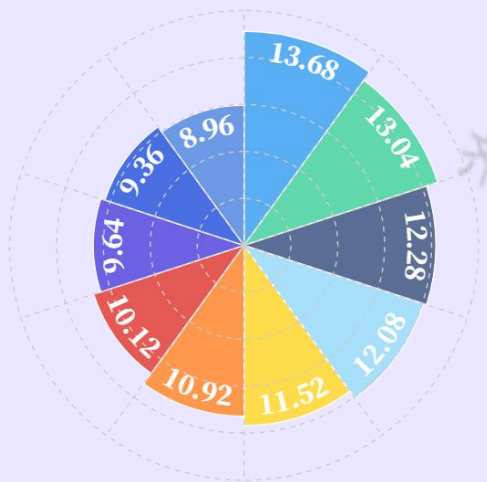


低学历人群希望得到被动提升。

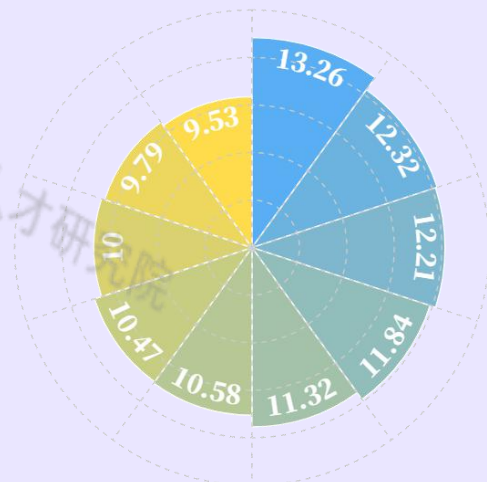
高学历人群越注重工作弹性。

2.5 寻找雇主价值驱动因素按职场人所在地市分析

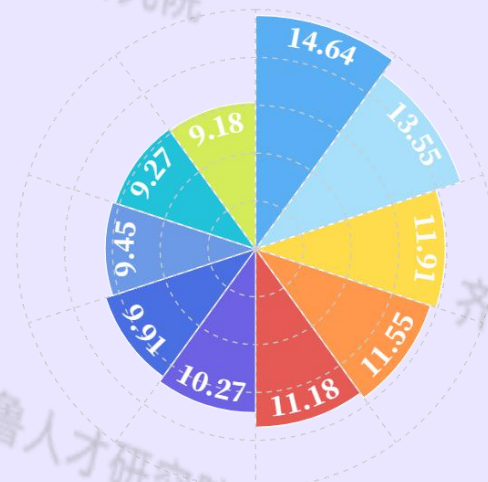
济南



潍坊



泰安



- 薪酬和员工福利
- 良好的工作-生活平衡
- 职业发展规划
- 有激情的工作
- 灵活的工作安排
- 优质的产品或服务
- 交通便利
- 工作长期稳定
- 工作氛围愉悦
- 财务状况良好

- 薪酬和员工福利
- 良好的工作-生活平衡
- 灵活的工作安排
- 工作长期稳定
- 财务状况良好
- 工作氛围愉悦
- 职业发展规划
- 良好的培训
- 强有力的管理
- 交通便利

- 薪酬和员工福利
- 工作长期稳定
- 工作氛围愉悦
- 强有力的管理
- 多样化的工作管理
- 职业发展规划
- 良好的工作-生活平衡
- 灵活的工作安排
- 有激情的工作
- 良好的培训



大城市职场人更希望得到工作生活平衡

2.6 不同行业的员工价值主张驱动因素显现出较大差异



第三章 企业雇主品牌建设路径



企业雇主品牌建设路径



01

People

雇主品牌是以雇主为主体，以核心雇员为载体，为雇员提供优质与特色服务为基础，旨在建立良好的雇主形象，提高雇主在人才市场的知名度与美誉度。如何才能更好地建设你企业的雇主品牌？

02

Product

03

Position

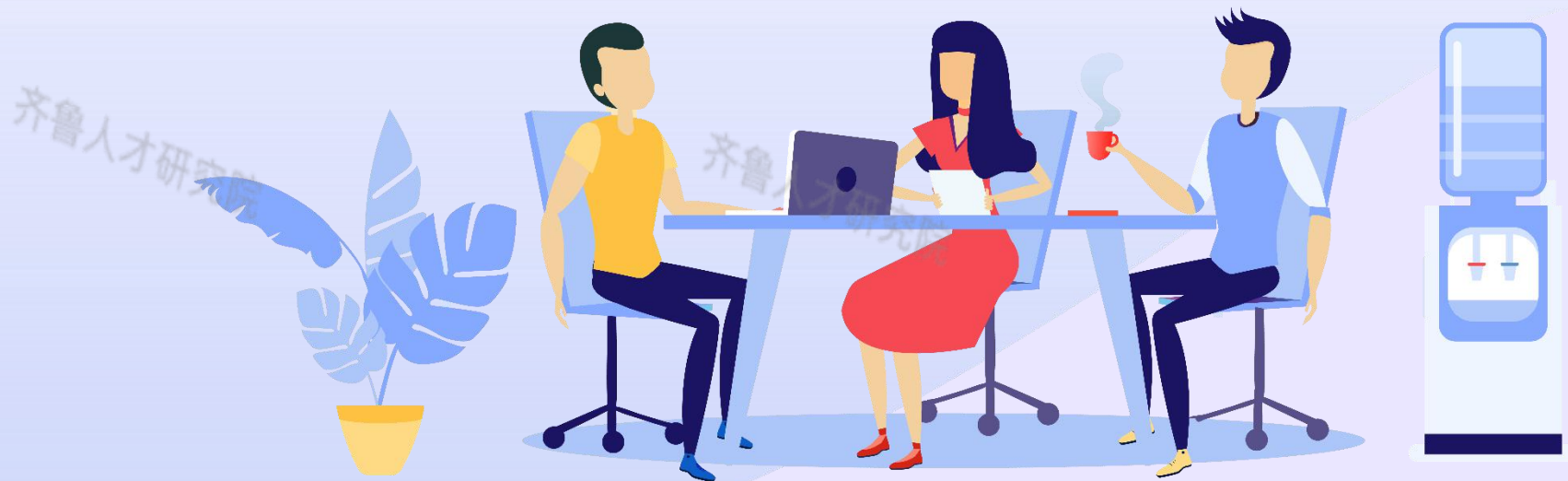
04

Promotion

建议采用新“4P”策略发展和强化雇主品牌，即：**People**，**Product**，**Position**和**Promotion**。

3.1 识别战略对核心人才要求和驱动因素 (People)

雇主品牌代表着**现有员工、离职员工、潜在员工**心目中对雇主的形象反映和价值承诺，它既面向内部员工、又包括外部人才，建设雇主品牌的关键是公司能否为内在员工和外部人才提供良好的工作环境、薪酬体系和学习发展等利益。

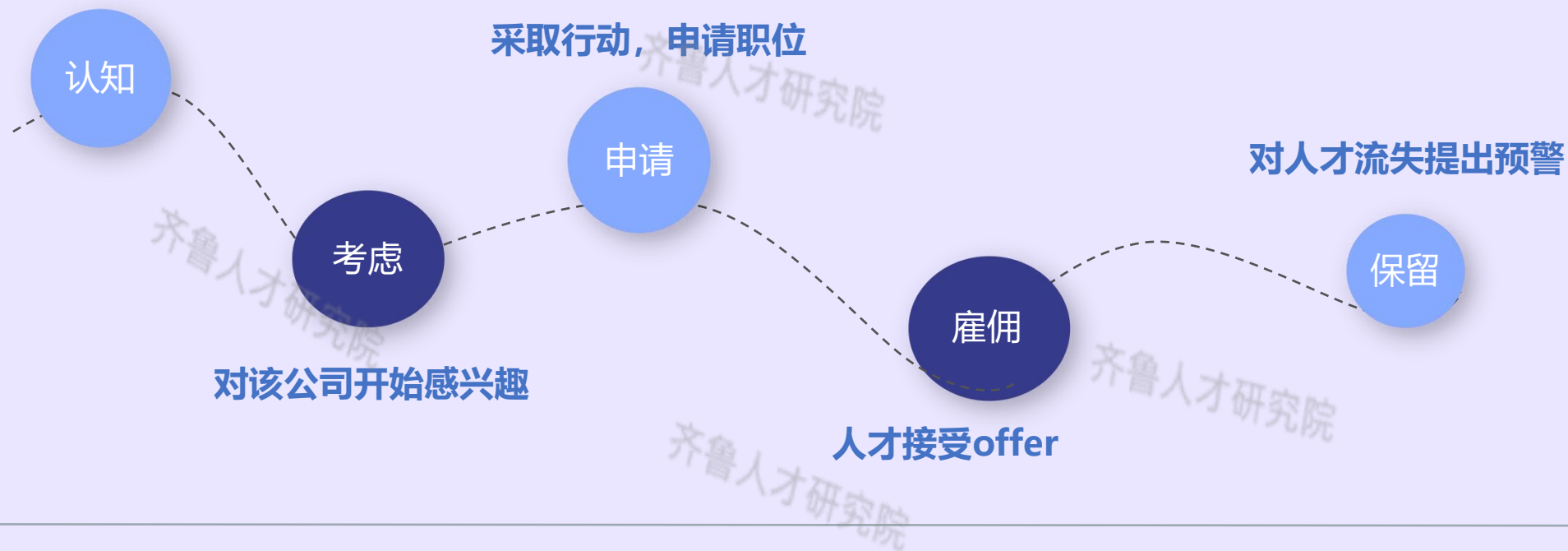


3.1.1 内部员工：满意度—忠诚度—敬业度



3.1.2 潜在雇员中树立品牌

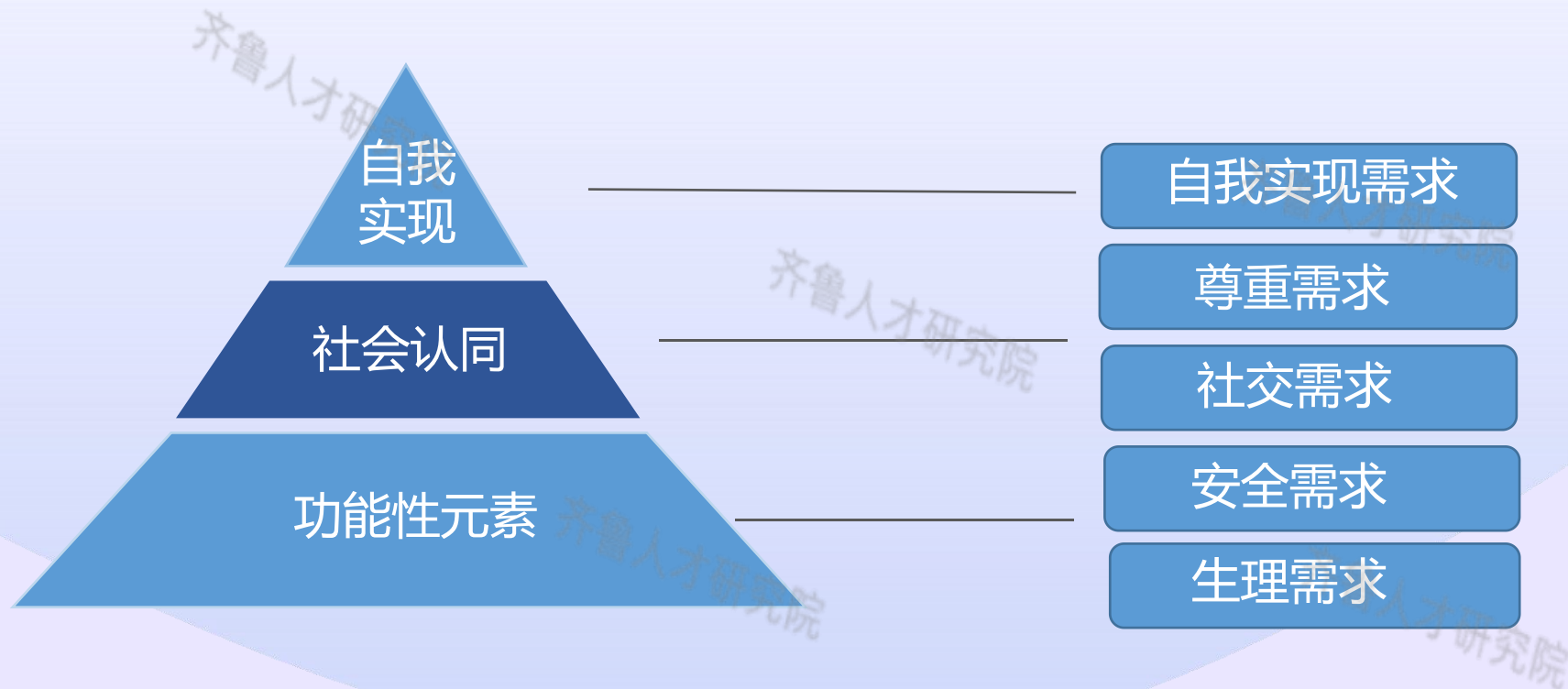
听过该公司的雇主品牌



雇主品牌建设中的外部品牌建设就是在潜在的雇员中树立品牌，使他们愿意到公司来工作，为公司树立最佳工作场所形象的一种行为。**重视雇主品牌的塑造，更能吸引外部人才加入的意愿与评价。**

3.2 提供满足目标人才需要的工作体验 (Product)

按照马斯洛的需求层次理论，人类的需求可以像阶梯一样从低到高按层次分为五种，分别是**生理需求**、**安全需求**、**社交需求**、**尊重需求**和**自我实现需求**。因此，若要让企业的雇主品牌更有吸引力，应提供满足目标人才需要的工作体验。

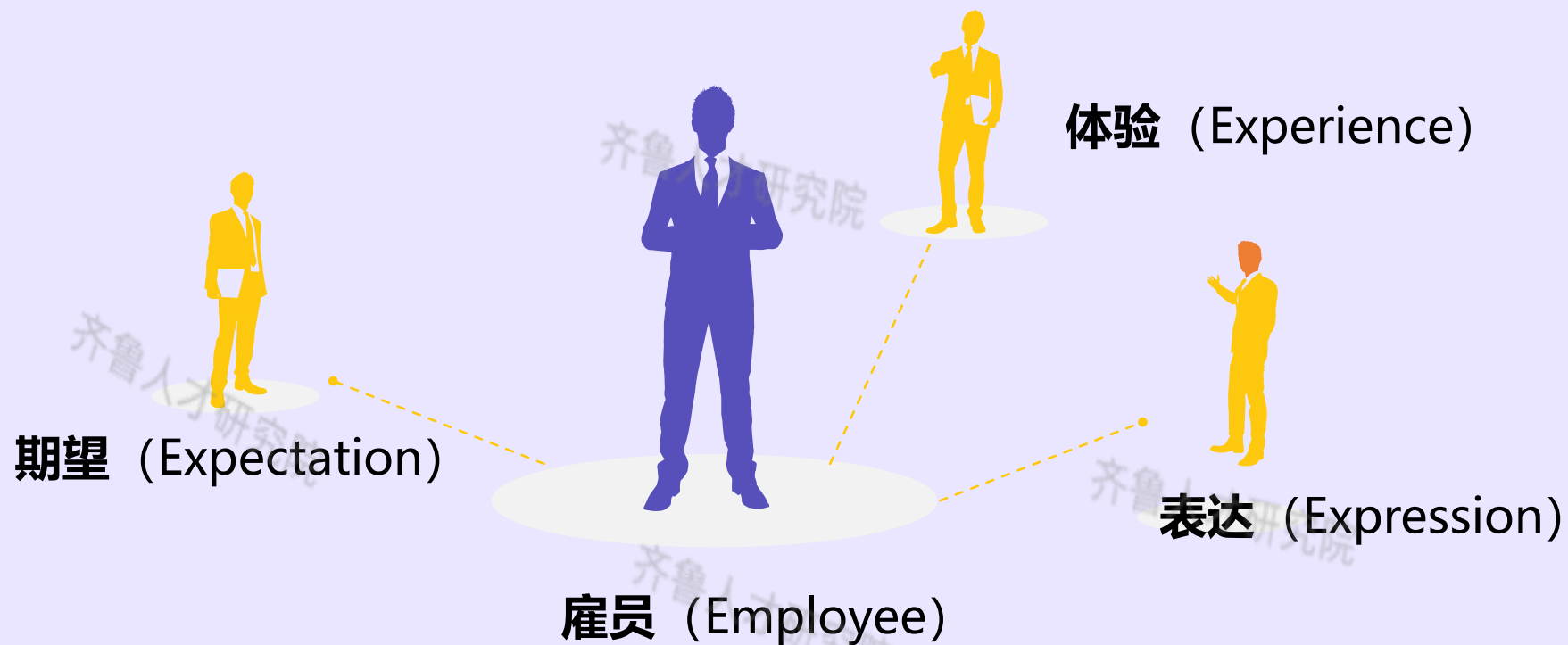


3.3 定位雇主品牌 (Position)

“好酒也怕巷子深”，在掌握核心人才驱动力的基础上，**企业需要用简洁的语言提炼雇主品牌的定位。**



3.3.1 定位雇主品牌 (Position)



要打造一个有生命力的雇主品牌,必须以员工为核心,以体验为基础,与期望相结合,以恰当的方式表达,这就是建设真实雇主品牌的 4E 模型。

3.4 雇主品牌推广 (Promotion)

传统雇主品牌的传播主要方式包括：宣讲会、讲座、校企联合培养、奖学金、俱乐部等，这些方式都是基于线下来完成，雇主品牌的传播也是单向的传递，缺少互动和体验的元素。

随着网络的应用和发展，特别是微信、微博、QQ等新媒体的应用和发展，**企业对于雇主品牌发展的策略逐渐从线下转移到线上。**



3.4.1 雇主品牌推广 (Promotion)



当企业做雇主品牌传播时,需根据内容的类型匹配合适的平台。

在推广雇主品牌时一个要义是**内外兼顾**, 对外宣传要善用媒体, 对内更要注意, 员工是企业文化和价值观的直接体验者, 人们对员工所分享信息的信任度。

第四章 山东民营企业优秀雇主品牌展示



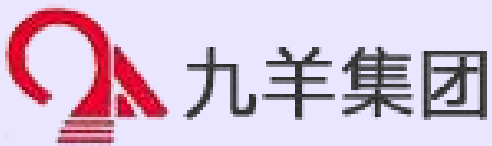


山东优秀雇主品牌展示 (部分)

Haier

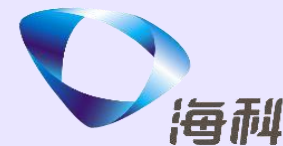
Goertek

BIOBASE博科





山东优秀雇主品牌展示 (部分)





齐鲁人才网官网

<https://www.qlrc.com/>

客服中心

4006265151

谢谢观看！

