kod szkolenia: DM-EB-GenZMill / PL DL 0,5d

Gen Z i Millenialsi w social media. Jak dopasować język komunikacji do oczekiwań nowego pokolenia na rynku?

Szkolenie pokazuje, jak dopasować język komunikacji w social media do oczekiwań pokolenia Gen Z i millennialsów w kontekście employer brandingu, rekrutacji i komunikacji wewnętrznej. Jest przeznaczone dla działów HR, EB Managerów, rekruterów, liderów zespołów oraz kadry zarządzającej i pomoże w tworzeniu treści, które budują zaufanie młodych odbiorców zamiast wzmacniać dystans wobec marki pracodawcy. Po szkoleniu będziesz w stanie rozpoznawać różnice w sposobie konsumpcji treści przez młodsze pokolenia, projektować bardziej autentyczne komunikaty rekrutacyjne i świadomie wykorzystywać pracowników jako naturalnych współtwórców wizerunku firmy.

Odbiorcy szkolenia

- Działy HR odpowiedzialne za komunikację z kandydatami i pracownikami
- EB Managerowie projektujący działania employer brandingowe
- Rekruterzy tworzący ogłoszenia, posty i wiadomości bezpośrednie
- Liderzy zespołów komunikujący się z młodymi pracownikami
- Kadra zarządzająca odpowiedzialna za przyciąganie i zatrzymywanie młodych talentów
- Osoby wspierające działania Employee Advocacy i komunikację marki pracodawcy

Korzyści

- Zrozumiesz nowe pokolenia – rozpoznasz, jak Gen Z i millennialsi konsumują treści w sieci, aby trafniej projektować komunikację HR i EB.
- Dopasujesz język komunikacji – odejdziesz od sztywnych, instytucjonalnych sformułowań na rzecz bardziej transparentnych i wiarygodnych komunikatów.
- Przeanalizujesz zachowania odbiorców – zrozumiesz, dlaczego młodzi kandydaci częściej szukają prawdy o firmie w social media niż w tradycyjnych zakładkach „Kariera".
- Wykorzystasz micro-content – nauczysz się dobierać formaty dynamiczne, krótkie wideo i grafiki karuzelowe do ekonomii uwagi młodych odbiorców.
- Zastosujesz mikro-storytelling – wykorzystasz krótkie historie w postach, ogłoszeniach i wiadomościach bezpośrednich, aby zwiększyć zaangażowanie.
- Wzmocnisz Employee-Driven Content – określisz, jak zachęcać młody zespół do naturalnego współtworzenia wizerunku firmy.
- Uporządkujesz zasady swobody komunikacji – pogodzisz autentyczność młodych pracowników z procedurami i bezpieczeństwem marki.

Program szkolenia

1. Zrozumieć nowego odbiorcę – psychologia i nawyki pokoleniowe
   - Kim są Gen Z i millennialsi na dzisiejszym rynku pracy i jak konsumują treści w sieci
   - Śmierć tradycyjnych zakładek „Kariera": gdzie młodzi naprawdę szukają prawdy o firmie
   - Ekonomia uwagi: dlaczego formaty dynamiczne i micro-content, w tym wideo i grafika karuzelowa, wygrywają z tekstem
2. Nowy język komunikacji
   - Koniec z „młodym, dynamicznym zespołem" – jak pisać o kulturze firmy, stawiając na transparentność i autentyczność
   - Jak wykorzystać mikro-storytelling w wiadomościach bezpośrednich
   - Przykłady marek, które idealnie wyczuły język nowych pokoleń i tych, które zaliczyły wizerunkowy cringe
3. Pracownik w roli twórcy – jak budować zaangażowanie
   - Jak zachęcić młody zespół do naturalnego współtworzenia wizerunku firmy, czyli Employee-Driven Content
   - Granice swobody: jak pogodzić luz i autentyczność młodych pracowników z procedurami i bezpieczeństwem marki, czyli savoir-vivre nowej komunikacji
   - Pierwsze kroki: jak zmienić ton najbliższego ogłoszenia lub postu rekrutacyjnego

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie. Zalecamy podstawową znajomość pracy z komputerem oraz gotowość do wykonywania ćwiczeń.

Czas trwania

1 dni / 2 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski