



Employer branding

– jakie przewagi daje firmie?



Świadome stosowanie strategii employer brandingowych to nie dodatek do działania firmy. W dzisiejszym świecie to jedna z podstaw wyróżnienia się na tle konkurencji. Budowanie marki pracodawcy może przynieść realne korzyści. Co warto wiedzieć o tym zagadnieniu?

Employer branding – co to jest?

Employer branding to nic innego jak świadome budowanie marki pracodawcy, które ma na celu pozytywnie wyróżnić firmę na rynku. Podmiot inwestuje i skupia się na tym, aby przekazywać przyszłym zatrudnionym konkretną wizję pracy w danej firmie. Filarem działań jest tutaj podejmowanie autentycznej komunikacji, która pozwoli pokazać wartości, kulturę panującą w danym przedsiębiorstwie, a także doświadczenia wynikające z dołączenia do danego projektu.

Najważniejszym punktem jest tworzenie przekazu prawdziwego, zgodnego nie tylko z zakładanymi wartościami firmy, ale przede wszystkim z rzeczywistością, jaką zastaną przyszli pracownicy w danym przedsiębiorstwie.

Employer branding nie jest więc wybielaniem firmy, tuszowaniem mankamentów czy obiecywaniem niemożliwego. To idea, która opiera się na faktach i ma za zadanie zasiać w odbiorcy (przyszłym pracowniku) pewną konkretną wizję.

Po co mi strategia employer branding?

Choć na pierwszy rzut oka employer branding może wydawać się dość efemeryczną i trudną do określenia ideą, to jednak przynosi realne korzyści tym, którzy zdecydują się z niego skorzystać. Będą to m.in.:



Obniżenie kosztów zatrudnienia – do marek z wyrobioną dobrą reputacją chętniej i częściej zgłaszają się potencjalni kandydaci do pracy. Oznacza to, że szukanie nowych pracowników jest znacznie ułatwione.



Unikalność na rynku – employer branding to wyróżnienie się pośród innych pracodawców i jeszcze łatwiejsze ściągnięcie talentów do firmy. Stosując tę strategię, możesz stać się pierwszym wyborem dla niektórych kandydatów, szczególnie tych kluczowych dla Twojej firmy.

**Zwiększenie wartości pracodawcy –**

działania employer brandingowe pozwalają lepiej zakotwiczyć Twoją markę w umysłach odbiorców, czyli Twoich potencjalnych przyszłych pracowników. Stajesz się dla nich jednocześnie bardziej atrakcyjny.

**Większe zaangażowanie pracowników –**

pozytywny branding pracodawcy skutkuje również lepszymi wynikami w porównaniu z konkurencją, nie tylko poprzez łatwiejsze zatrzymanie talentów, ale i zwiększenie poziomu zaangażowania obecnych pracowników¹.

Employer branding. Przykłady, które mogą zainspirować

Sama teoria dotycząca brandingu może nie być dostatecznie czytelna. Dopiero konkretne przykłady działań employer brandingowych największych marek pozwalają lepiej zobrazować to ciekawe zagadnienie.

Skracanie dystansu po skandynawsku

W historiach employer brandingowych nie może zabraknąć słynnej szwedzkiej marki meblowej. Firma nieustannie bada to, jak wypada w oczach swoich odbiorców – przyszłych i obecnych pracowników ². Stawia na stabilne zatrudnienie, zrównoważony rozwój i wzajemny szacunek, a także kulturę różnorodności. Te wartości komunikuje na swojej stronie i we wszystkich kampaniach marketingowych (na stronie z ofertami pracy można przeczytać chwytliwe hasło: „Przejdźmy na hej!”).

Ten pracodawca na każdym kroku daje do zrozumienia, że praca tutaj to więcej niż standardowe zatrudnienie. Firma wspiera ważne społeczne tematy i idee, a komunikacja opiera się na pozytywnym wpływaniu na świat i rozwoju pracowników.

Jak wygląda to w praktyce? Przykładowo w tej firmie kobiety stanowią 52% całej kadry kierowniczej, marka propaguje równość rodzicielską i urlopy ojcowskie, a pracownicy mogą skorzystać ze specjalnych programów wsparcia.

Kogo szuka top marka z branży retail?

Przewrotne kampanie employer brandingowe, przyjazny wizerunek sklepu podkreślany we wszystkich przekazach reklamowych, a także realne benefits – stabilne zatrudnienie, możliwość nauki języków obcych, prywatna opieka medyczna czy zarobki wyższe niż średnie płace w sektorze handlowym³. Tak jedna z największych marek w branży retail zachęca do dołączenia do swoich zespołów.

Co więcej pracodawca dba o ubezpieczenia grupowe, dostęp do kart sportowych, szkolenia oraz wyprawki dla maluchów i pierwszoklasisty, a także programy wsparcia pracowników. Dla marki ważne są aspekty, takie jak rozwój zawodowy pracowników, równość płacowa kobiet i mężczyzn oraz awanse wewnętrzne.



Pożądany pracodawca

Dlaczego jedni pracodawcy są chętnie wybierani i zdobywają pierwsze miejsca w rankingach typu Pracodawca Roku, a inni nie? Odpowiadają za to m.in. innowacyjne programy, konkurencyjne wynagrodzenie, jasno sprecyzowana ścieżka kariery, dobra atmosfera w pracy, a także satysfakcja z wykonywanych obowiązków – jak w jednej z najbardziej rozpoznawalnych firm doradczych⁴.

Dobrym przykładem tego jest wewnętrzna inicjatywa Care & Wellness. Ma ona na celu poprawę komfortu przebywania w miejscu pracy poprzez m.in. masaże w biurze, dostęp do zdrowej żywności, a także możliwość uczestniczenia w wykładach, np. odnośnie zdrowego życia.

Firma podkreśla, że rola tzw. czynników miękkich w przyciąganiu nowych kandydatów i utrzymywaniu niskiej rotacji wśród obecnych pracowników, jest niebagatelna. Dziś nie wystarczy więc oferować możliwość rozwoju zawodowego, ale należy tworzyć środowisko, które wspiera work-life balance oraz zdrowy i aktywny tryb życia.

Co pomaga budować wizerunek pracodawcy?

Jak wynika z powyższych przykładów jest wiele aspektów, które budują wyjątkowe doświadczenia employer brandingowe. To zarówno spójne realizowanie wizji przedsiębiorstwa na wielu obszarach, specjalne programy pracownicze czy dostęp do zróżnicowanej oferty zajęć.

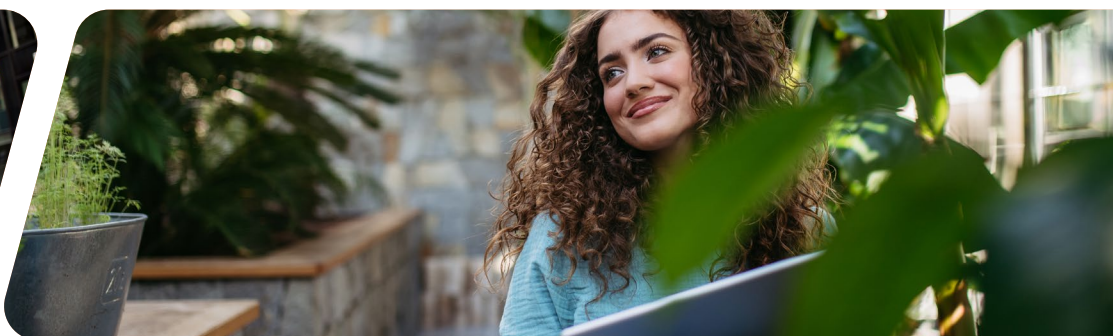
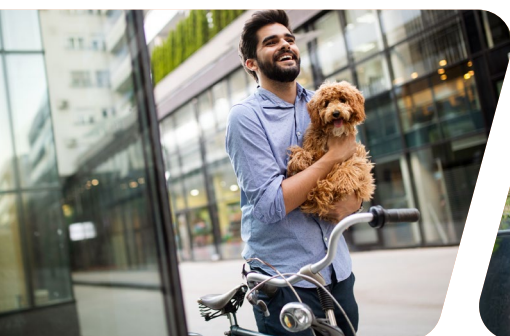
Warto pamiętać, że **jednym z podstawowych elementów strategii firm są także specjalne benefity pracownicze**. Co ważne, dziś mogą one przyjmować bardzo zróżnicowaną postać. To już nie tylko karty sportowe, ale także dostęp do szerokiego programu kulturalnego czy platform internetowych z indywidualnymi poradami dietetyków czy psychoterapeutów, tak jak w przypadku VanityStyle.

- Takie dodatki pozapłacowe budują zaufanie i pozwalają realnie dbać o dobre samopoczucie pracowników. Finalnie przekłada się to na większą motywację załogi do pracy, a także chęć do podejmowania nowych wyzwań – podkreśla Joanna Skoczeń, prezes zarządu VanityStyle.

Stałe rozbudowywanie benefitów w portfolio pracodawcy umożliwia poprawę jakości pracy, a także daje dodatkową podstawę do komunikowania potencjalnym pracownikom zalet pracy w danym miejscu. Z drugiej zaś strony pracownicy, którzy korzystają z dodatków, sami chętnie wystawiają dobre opinie i referencje swojemu pracodawcy – czy to na specjalnych portalach oceniających różne firmy, czy też w bardziej niezobowiązujący sposób, np. podczas spotkania z przyjaciółmi.

A tu już krok do budowania szeroko pojętego EB.

Czy chcesz podkreślić swoją strategię benefitową w firmie? Jeśli tak – zapraszamy do kontaktu. Dopasujemy najciekawsze rozwiązania do potrzeb Twoich pracowników!



1 <https://www.cipd.org/en/knowledge/factsheets/recruitment-brand-factsheet/>

2 <https://admonkey.pl/praca-w-ikea-znaczy-wiecej/>

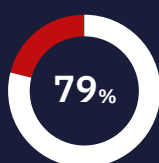
3 <https://www.wirtualnemedia.pl/artykul/lidl-warunki-pracy-dla-1000-osob-jestes-lidleany-dla-nas-tak>

4 <https://markapracodawcy.pl/ernst-young-program-wellness-dla-pracownikow/>

**Chcesz się dobrze czuć w swoim ciele?
Chcesz mieć mnóstwo energii?
A może chcesz zadbać o swoje emocje
i samopoczucie?**



Jeśli chociaż na jedno z pytań odpowiedziałeś TAK, wybierz kartę FitProfit i/lub FitSport.



aktywnych fizycznie osób
przyznaje, że ruch poprawia
ich samopoczucie.



o tyle wzrasta poziom szczęścia
u osób, które ćwiczą co najmniej
2 razy w tygodniu.

Ćwicz gdzie lubisz, co lubisz i jak lubisz!

bestseller

www.fitprofit.pl



Karta FitProfit

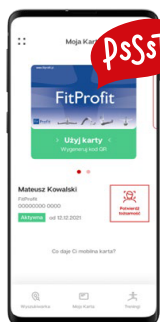
- Ⓢ Nielimitowana liczba wejść do różnych obiektów jednego dnia
- Ⓢ Brak dopłat w ponad 3500 obiektach w Polsce
- Ⓢ Ponad 40 różnych aktywności sportowych
- Ⓢ Ponad 1200 rabatów na różne produkty i usługi
- Ⓢ Trening w każdej chwili i miejscu dzięki Strefie VanityStyle – bez dodatkowych kosztów

www.kartafitsport.pl



Karta FitSport

- Ⓢ 8 wejść do obiektów w miesiącu
- Ⓢ Ponad 2200 obiektów w Polsce
- Ⓢ Ponad 35 różnych aktywności sportowych
- Ⓢ Trening w każdej chwili i miejscu dzięki Strefie VanityStyle – bez dodatkowych kosztów



**Karta tradycyjna
czy karta w aplikacji
na telefonie?**

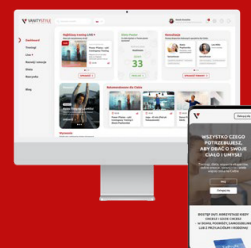
Pobierz aplikację VanityStyle na:



www.strefa.vanitystyle.pl

**Czy wiesz, że z aktywną
kartą możesz korzystać
ze Strefy VanityStyle?**

- trening online
- zdrowe odżywianie
- materiały samorozwojowe



Dołącz do świata zdrowia i dobrych emocji!

Skontaktuj się z opiekunem programu FitProfit/FitSport w Twojej firmie.

