



EMPLOYER BRANDING AWARD 2015

(Példaértékű Munkáltatói Márkaépítés Díja)

Pályázati kiírás

Egyre több vállalat ismeri fel, hogy a munkáltatói márkaépítés a tehetségekért folytatott küzdelemben egyre fontosabb szerepet tölt be. A tudatos Employer Branding stratégia alkalmazása a munkavállalók elkötelezettségét jelentős módon növeli, így csökkentve a fluktuációt, a betegszabadságos napok számát, illetve a felvételi átfutási időt, toborzási költségeket. A helyesen alkalmazott Employer Branding jelentősen hozzájárul a vállalati kultúra alakításához, a kellemesebb munkahelyi légkörhöz, a boldogabb és eredményesebb munkavégzéshez. A munkáltatói márkaépítés a kommunikáció és a HR határterülete, ahol a kommunikációs és HR szakemberek kiváló együttműködése elengedhetetlen.

Első alkalommal hirdeti meg a Magyar PR Szövetség hagyományteremtő céllal az Employer Branding Awardot. A pályázat célja a legjobb hazai munkáltatói márkaépítési gyakorlatok jutalmazása, bemutatása és megismertetése a szakmai közönséggel. Ezen kiváló gyakorlatok gazdagítják a HR kommunikáció speciális területét, amely végső soron hozzájárul az Employer Branding hazai fejlődéséhez. A díj azon HR és kommunikációs csapatok együttműködését hivatott elismerni, melyek a legkiválóbb Employer Branding stratégiákat dolgozták ki és hajtották végre, mind a szervezeten belül (intern), mind azon kívül (extern). A díj segít összegyűjteni és közzétenni a legjobb gyakorlatokat annak érdekében, hogy munkahelyeink minél örömtelibbek, egészségesebbek, igényesebbek és jövedelemtermelőbbek legyenek.

Mivel új szakterületről beszélünk, ezért bemutatjuk ajánlott definíciónkat, amely arra hivatott, hogy közös alapot teremtsen.

„Olyan holisztikus szaktudomány, amelynek célja vonzó, megkülönböztető, önálló és hiteles munkáltatói személyiség kialakítása a HR, marketing és kommunikációs területek együttműködésével, a felsővezetés támogatásával, annak érdekében, hogy a kiemelt tehetségeket és hiányszakmák szakértőit a vállalathoz vonzzuk, megtartsuk, illetve a meglévő munkavállalók elkötelezettségét növeljük. A munkáltatói márka a corporate brand része, a vállalati kultúra formálójá, a vállalati stratégia megvalósulásának egyik fontos záloga.”

Miért érdemes nevezniük?

1. Legyen az Önök vállalata az első és úttörő az átgondolt munkáltatói márkaépítésben
2. Különbözzenek és tűnjenek ki a kiváló Employer Branding gyakorlatukkal
3. Pozícionálják cégüket szakmai körben Employer Branding aktivitásuk bemutatásával
4. Használják ki az ünnepélyes díjátadót HR-COM csapataik motiválására
5. Díjazottként megkapják a győzteseknek járó díj mellé a „Példaértékű Munkáltatói Márka 2015” elektronikus pecsétet szabad felhasználásra a vállalati kommunikációban
6. Média- és PR megjelenést biztosítunk (interjúk, riportok...)
7. Ön személy szerint, mint Employer Branding szakember említésre kerül
8. A győztes pályázatokat szakmai fórumokon bemutatjuk



Pályázati feltételek:

Pályázatukban kerüljön bemutatásra a vállalatuknál bevezetett Employer Branding stratégia az elmúlt 12-18 hónapból, különös tekintettel a dolgozói elégedettség javulására, a vállalat tehetség/hiányszakma-vonzó képességének növekedésére (company of choice), a vállalati kultúra esetleges pozitív változásra, illetve a vállalati stratégiai célok elérésére.

Lehetővé tesszük kisebb volumenű, projekt szintű Employer Branding kezdeményezések nevezési lehetőségét is, amelyek követendő példának állíthatóak, és kapcsolatban állnak a dolgozói elköteleződés növekedésével, a „company of choice” pozíció elérésével az Önök iparágában.

Fontos szempont a bevezetett Employer Branding stratégia/projekt mérhető eredményeinek bemutatása is.

A pályázat összeállításához a következő vázat tudjuk segítségként biztosítani:

(A lenti sorvezetőből azokat a pontokat javasoljuk kifejtetni, amelyekről úgy gondolják, hogy relevánsak a pályázat szempontjából és hozzájuk a folyamat során megfelelő tapasztalatokra tettek szert.)

1. Az Employer Branding folyamat céljai az Önök vállalatánál
2. A projektteam és a folyamat működtetésének leírása
3. Analízis és stratégiaalkotás
4. Az Employer Value Proposition (EVP) ismertetése
5. Célcsoportok bemutatása és azok megszólítása (eszközök, csatornák)
6. EVP rotálása a célcsoportok körében
7. Az Employer Branding stratégia bevezetésének és megszilárdításának módjai a dolgozók között
8. Vállalati kultúra esetleges változása és ebben a vezetők szerepe (leadership vs. management)
9. Belső kommunikáció aktivitásai, csatornái, eszközei, célcsoportjai
10. Külső kommunikáció aktivitásai, csatornái, eszközei, célcsoportjai
11. Jó példák a HR/kommunikációs/marketing osztály együttműködésére
12. Innovatív Social Media megoldások (amennyiben alkalmazásra kerülnek)
13. A külső-belső kommunikációban alkalmazott PR elemek ismertetése (ha vannak ilyenek)
14. Elért sikerek bemutatása a vállalati kultúra befolyásolásában, változásában
15. Mérhetőség, KPI-ok ismertetése
16. A megvalósult Employer Branding stratégia költségvetése (opcionális)
17. Lessons learned
18. A legnagyobb kihívások a folyamat/projekt során

Mivel Magyarországon a szakterület nemrég kezdte meg úttörő pályafutását, ezért elképzelhető, hogy a fenti felsorolásnak csak egy kisebb részét tudják egyes pályázók benyújtani. A fenti felsorolás sorvezetőként szolgál.



A pályázatot az alábbi kategóriákban hirdetjük meg:

- Kis- és középvállalat/KKV (1 – 250 fő)
- Nagyvállalat (250 fő -)

Magyar és külföldi tulajdonú cégek egyaránt pályázhatnak. Az értékelésnél kizárólag az azonos kategóriában indult pályázatok kerülnek összevetésre.

A pályázat benyújtásával kapcsolatos tudnivalók:

1. Pályázhat minden olyan, Magyarországon működő vállalat, amely Magyarországon került bejegyzésre, vagy nemzetközi vállalat magyarországi leányvállalataként Magyarországon működik.
2. A pályázat **első oldalán kérjük feltüntetni** az alábbi adatokat
 - A pályázott kategória
 - A pályázati anyag címe
 - A vállalat főbb adatai (név, cégforma, székhely, fő tevékenység, levelezési cím, adószám, bankszámlaszám)
 - Kísérőlevélben kérjük megadni: kontaktszemély, és annak elérhetőségi adatai (Cégnév, név, pozíció, e-mail, mobil) - kérjük, ne a pályázat szakmai részében szerepeltessék ezeket az információkat, mert a szakmai anyagot publikálni szeretnénk.

3. Jognyilatkozat

A pályázatra nevező vállalkozás nevezésével tudomásul veszi, hogy a Magyar Public Relations Szövetség a nyertes pályaműveket közzéteszi, promotálja azokat. Nevező vállalat ezért pályázatát köteles PowerPoint prezentációban is összefoglalni, a nevezési dokumentumok között ezt a prezentációt is csatolni pályázatához, illetve pályázatával – nyertes pályamunka esetén – vállalja, hogy pályamunkáját a Szövetség által biztosított helyszíneken/rendezvényeken bemutatja. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessenek, amelyek közzétehetőek.

4. Nevezési díj

Az Employer Branding Award 2015, avagy a „Példaértékű Munkáltatói Márkaépítés” nevezési díja: 40.000 Ft+ÁFA.

Az MPRSZ ügynökségi, vállalati, kiemelt vállalati tagjai egy pályázatot díjmentesen nyújthatnak be.

A nevezési díjat „Employer Branding Award 2015” megjelölésével a Magyar PR Szövetség MagNet Bank 16200151-18522457 számú bankszámlájára kérjük átutalni a nevezéssel egy időben. (A cégek számlaigényüket jelezzék a MPRSZ titkárságának: mprsz@mprsz.hu)

5. Nevezési határidő

A pályázat benyújtásának határideje: 2016. január 18., 10.00

Az elmúlt 12-18 hónap Employer Branding stratégiájával/projektjeivel lehet pályázni.



6. Technikai elvárások

- A pályázati anyag maximális mérete: 60.000 karakter, amely nem tartalmazza a mellékleteket. Ezeket külön kérjük leadni.
- A pályázati anyagot kizárólag digitálisan a titkarsag@mprsz.hu e-mail címre kérjük megküldeni (az e-mail csatolmányaként vagy megadott webhelyről letölthető formában).
- A pályázatról kérünk egy rövid PowerPoint prezentációt készíteni, amelyet az MPRSZ közzétehet információs felületein, illetve különböző szakmai rendezvényeken.
- A beadni kívánt fényképek kiváló minősége.

7. Elbírálás

A Magyar Public Relations Szövetség független szakmai zsűrije a legjobb Employer Branding gyakorlatokat ismeri el anélkül, hogy a különböző pályázatok között abszolút rangsor felállítására törekedne. Pályázati szabályzatunk szerint lesz shortlist és fődíj is – az utóbbit minden kategóriában az a pályázat nyeri, mely az értékelésen a legmagasabb pontszámot kapta.

A beérkezett pályázatokat független szakmai zsűri bírálja el 2015. január 31-ig. A szakmai zsűri tagjai:

Employer Branding Award 2015 // Független szakmai zsűri		
Név	Cégnév	Pozíció
Dr. Szemerédi Katalin	Egis Gyógyszergyár Zrt.	Humán erőforrás Igazgató
Somorjai Éva	Magyar Telekom Nyrt.	Humán erőforrás Vezérigazgató-helyettes
Somogyi András	Bosch csoport Magyarország	HR igazgató
Ács László	Mercedes-Benz Manufacturing Hungary Kft.	HR igazgató
Bocskai István	OTP Bank Nyrt.	PA és belső kommunikációs vezető
Károlyi Zsuzsanna	E.ON Hungaria Zrt.	Kommunikációs vezető
Bene Nikoletta	Spar Magyarország Kft.	Marketingvezető
Szabó Sylvia	GE Global Operations	Communications Lead Europe, Russia & CIS
Bodó Teodóra	Provident Pénzügyi Zrt.	Head of Corporate Affairs
Kádár Balázs	Magyar PR Szövetség	Employer Branding tagozatvezető



8. A zsűri értékelésének szempontjai

A szakmai zsűri tagjai összesen 80 pontot adhatnak egy pályázatra. Minden bírálati szempontra maximálisan 10 pontot adhatnak. A bírálat egyenként, önállóan zajlik, de a zsűri tagjai lehetőséget kapnak személyes egyeztetésre is. A 8 meghatározott bírálati szempont alapján az egy-egy pályázatra maximálisan adható pontszám összesen 80. Azon pályázók kerülnek shortlistre, amelyek pályázatára leadott pontszám eléri az 50-et. Azon pályázók nyerik el az Employer Branding Award 2015 díjat, amelyek pályázatára adott összpontszám eléri a 60-at. Az Employer Branding 2015 fődíját minden kategóriában az a pályázat nyeri, melyre a zsűri tagjai a legmagasabb pontszámot adták.

A zsűri tagjai elfogultságot nyújtanak be minden olyan pályázat bírálásakor, amelyben bármilyen szempontból érintettek. Ilyen esetben a többi zsűritag által adott pontok átlagát számoljuk.

9. A pályázatok elbírálásának szempontrendszere

1. Az alaphelyzet, EB stratégiai célok és a HR kommunikációs kihívások meghatározása
2. Az alkalmazott Employer Branding stratégia, folyamat, projekt kidolgozottsága és átgondoltsága
3. HR és marketingkommunikációs eszköztár kiválasztása, használatának egyensúlya
4. A HR és vállalati kommunikáció együttműködésének bizonyítékai
5. A munkáltatói üzenetek értelmezhetősége, egyedisége és hitelessége
6. A belső-külső kommunikációs eszközök és csatornák minősége, aránya, a folyamat megvalósítása, a kivitelezés minősége
7. A belső-külső üzenetek és kampányok összehangoltsága, egyedisége
8. Az Employer Branding folyamat mérése és eredményessége, a mérési/értékelési metodika (ha létezik a vállalatnál)

10. Eredményhirdetés

A pályázat eredményhirdetésére ünnepélyes keretek között 2015. februárjában kerül sor. A nyertes pályaműveket többek között közzétesszük az MPRSZ honlapján (www.mprsz.hu) letölthető formában, valamint a médiatámogatók felületein.

11. Kapcsolat

Esetlegesen felmerülő kérdéseikkel kapcsolatban Kádár Balázs az MPRSZ Employer Branding tagozatának vezetője áll rendelkezésre.

Mobil: +36 30 282 1336

Mail: kadar.balazs@mprsz.hu