

MPRSZ – EMPLOYER BRANDING TAGOZAT

MEMO // OPERATÍV MUNKACSOPORT-ÜLÉS 2016. ÁPRILIS

Immár harmadik alkalommal került sor az az MPRSZ Employer Branding Tagozatának operatív ülésére.

Tagjaink: PROVIDENT, SPAR, EGIS, OTP, BUNGE, TELEKOM, MERCEDES-BENZ, GROUPAMA, GE, PEPSICO, E-ON

Vezetők: Kádár Balázs/ MPRSZ EB tagozat-elnök, Takács Szabolcs, MPRSZ EB stratégiai tanácsadó

Jelenlegi ülésünk fő témája a HR és a kommunikációs területek együttműködésének vizsgálata Employer Branding szempontból. Fő célunk, hogy mind a pozitív mind a negatív tapasztalatokból merítve meghatározzuk a két kulcsfontosságú szakterület optimális és eredményes kooperációjának formáját, annak szükséges szintjét és elemeit. Mindezt egy új, a témára vonatkozó tagozat általi ajánlás megfogalmazásával.

Napirendi pontjaink:

- *Új cégképviselők megismerése*
- *A GROUPAMA HR és Employer Branding szakmai programjának bemutatása, HR best practices*
- *Eddigi napirendi pontok rövid áttekintése*
- *Roundtable: a HR-kommunikáció optimális együttműködése az employer branding stratégiai folyamat eredményes megvalósításában: Inputok, tapasztalatok, szakmai megvitatás*
- *Input: a) Területek információja egymásról, b) Szükséges együttműködés, c) Veszélyek*

A HR – COM együttműködésének megvitatásakor a következő pontok köré összpontosult a szakmai egyeztetés:

SZAKMAI MEGÉRTÉS, KÖZÖS FELELŐSSÉG

- *téma iránti érzékenyítés, szakmai célok (egymás) megértése a területek között*
- *általánosnál mélyebb szakmai irányultság a másik fél felé*
- *közös cél, megosztott felelősség, a felelősségi körök tisztázása*

HATÉKONY ÉS HITELES KOMMUNIKÁCIÓ MEGVALÓSÍTÁSA

- *nyílt kommunikáció, aktuális információk átadása egymásnak*
- *szorosabb információáramlás, rendszeres meeting (heti 1x ajánlott)*
- *együttes ötletelés, a szakmaiság és marketingkommunikáció egészséges egyensúlya*

CÉGVEZETÉS ÁLTAL TÁMOGATOTT FELELŐS SZAKÉRTŐI IRÁNYÍTÁSSAL

- cég érdekében történő, gazdasági eredménnyel járó folyamat miatt senior projektfelelős kijelölése
- tapasztalattal rendelkező külső-belső közvetítő, egyeztető-érdekérvényesítő szerep (szakterületek, a vezetés, a munkatársak, külső platformok, partnerek, célcsoportok felé)
- gyors és eredményes munka feltétele a dedikált munkakörrel járó döntési jogkör

Fenti pontok alapján kidolgozásra és elfogadásra került az „Employer Branding szakterületi kooperáció – A HR és kommunikáció közti hatékony együttműködés” tevékenységének egységes megfogalmazása.

Az MPRSZ Employer Branding tagozatának ajánlása szerint, a tevékenység a következőt foglalja magában:

Irányelv III.: Employer Branding: HR-COM szakmai kooperáció

„Az Employer Branding folyamat során a HR és kommunikáció hatékony együttműködésének alapfeltétele a szakterületek közötti kölcsönös szakmai megértés, az együttes célok megvalósítását elősegítő rendszeres információáramlás (információcsere), és a megvalósított projektelemek bemutatásához szükséges HR-tartalmi és marketing-kommunikációs elemek optimális egyensúlya. A felelőségek előzetes tisztázása és rögzítése elengedhetetlen a munka megkezdésekor.

Az eredményes kooperációhoz szükséges a cégvezetés által is támogatott, a kollégák által elismert HR és kommunikációs témákban tapasztalt, irányítási és döntési jogkörrel rendelkező senior dedikált kolléga (Employer Branding Manager), aki erős egyeztetési és érdekérvényesítési képességgel megfelelő szakmaisággal tartja kézben és irányítja a folyamatot.”

MPRSZ Employer Branding tagozatának következő tervezett operatív ülése: 2016. május 31.

Kádár Balázs
MPRSZ EB tagozat vezetője

Takács Szabolcs
MPRSZ EB tagozat stratégiai tanácsadó