

MPRSZ – EMPLOYER BRANDING TAGOZAT – OPERATÍV ÜLÉS 2016.MÁJUS

Részvevők: *PROVIDENT, SPAR, EGIS, OTP, BUNGE, TELEKOM, MERCEDES-BENZ, TELENOR, GROUPAMA, GE, PEPSICO, BDO*

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

Májusi találkozásunk fő témája az Employer Branding folyamathoz szükséges tenderkiírás témájának áttekintése volt. Célunk, hogy a munkacsoport iránymutatása szerint mind a munkáltatói márkaépítést megvalósítani szándékozó vállalat, mind pedig az esetleges külső partnerként bevont tanácsadó cég számára világos és egyértelmű pontokat határozzunk meg, mely már a folyamat megkezdése előtt tisztázza a feladat sikeres végrehajtásához szükséges legfontosabb alapokat.

Napirendi pontjaink:

- *Az EGIS HR és Employer Branding szakmai programjának bemutatása, HR best practices*
- *Eddigi munkánk és eredményeink rövid áttekintése*
- *Az Employer Branding tenderkiírás javasolt tartalmi elemei*
- *Következő ülés szakmai témájának bevezetése: KPI's, mérhetőség*

Az operatív ülés alatt a következő szakmai pontok köré összpontosult az egyeztetés:

Amennyiben a szakterületen tender kiírására kerül sor, mely tartalmi elemek áttekintése volna lényeges. Kiemelésre került, hogy a szakterület újdonsága miatt a valóban hiteles tanácsadó cégek száma korlátos. Sok esetben a szakmai hozzáértés és a kémia meghatározó, ezért tender kiírása nem minden esetben szükséges.

Fenti inputokkal együtt a következő témákat vitattuk meg:

1. Mi az Employer Branding tender kiírásával a vállalat célja?
2. Publikus aktuális céginformációk mellett (nagyságrend, termék image, vállalat image, munkáltatói image) az adott vállalat eddig elért eredményei, elismerések – ranking/díjak- megjelenítése
3. Feladat pontos leírása (célcsoportok, feladatok, eredményelvárás, KPI's stb)
4. Elvárások a tanácsadókkal szemben – cég elvárása, beszállító kötelezettségei
5. Feladat mélysége: a, stratégiai tanácsadás, b, projektkoordináció & támogatás c, operatív végrehajtás
6. Kiválasztás szempontjai – a pályázók versenyeztetésekor keletkező önköltségi szintjének meghatározása és esetleges térítése
7. Budget nagyságrendileg: -tól-ig - Budgettervezés az érintett szakterületekkel
8. Határidők, Munka várható kezdete

Érdekességként merült fel az a **fontos szakmai téma, amely az Employer Branding tevékenység vállalaton belüli tisztázását, érzékenyítését, házon belüli edukációját érintette.** Mindenképpen javasoljuk, hogy ezt a pontot egy későbbi alkalommal részletesebben vizsgáljuk meg, hiszen komoly hatása van a munkáltatói márkaépítés cégen belüli elfogadtatásában és sikeres megvalósításában.

A vállalaton belül az általános elfogadás és a szükségesség tisztázásakor függően a struktúrától **a HR és a kommunikációs területek mellett a marketing tevékenységek, tapasztalatok és együttműködés** is napirendre került, így javasoljuk ezen pont szerepeltetését a tenderkiírásban.

Szintén érdemesnek tartjuk a későbbiekben azt is megvitatni, hogy a vállalat vezetése, elsősorban a **CEO felé, milyen szempontok figyelembe vételével kell az Employer Brandinget irányító területnek érvanyagot összeállítani.**

Irányelv IV.: Employer Branding tenderkiírás tartalmi elemei

Az Employer Branding folyamat megkezdése előtt – amennyiben tender kiírására kerül sor - a kiírásnak a következő pontokra javasolt kitérnie:

1. Publikus aktuális céginformációk mellett (nagyságrend, termék image, vállalat image, munkáltatói image) az adott vállalat eddig elért eredményei, HR elismerések – ranking/díjak-megjelenítése
2. A kialakítandó Employer Branding stratégia célja, jelenlegi szituációból kiindulva a vállalat számára ideálisan elvárt célállapot leírása.
3. Marketing-kommunikációs célok és célcsoportok definiálása
4. A feladat mélységének és kivitelezésének meghatározása: a, stratégiai tanácsadás, b, projektkoordináció & támogatás c, operatív végrehajtás
5. A folyamathoz szükséges budget házon belüli egyeztetése a résztvevő szakterületekkel, ennek felsővezetői elfogadtatása és nagyságrendi megjelenítése a kiírásban
6. Tanácsadó kiválasztásának szempontjai
7. A projekt indításának tervezett kezdete és lezárásának hozzávetőleges időpontja
8. Egyéb határidők a folyamathoz kapcsolódóan

MPRSZ Employer Branding tagozatának következő tervezett operatív ülése: 2016. július 6. (szerda)

Kádár Balázs
MPRSZ EB tagozat-elnök

Takács Szabolcs
MPRSZ EB tagozat - stratégiai tanácsadó