**Kaip formuoti sėkmingą darbdavio įvaizdį šiandien?**

**Nuolat augant profesionalių darbuotojų poreikiui, konkurencinę kovą dėl jų laimi įmonės, turinčios stiprią darbdavio reputaciją. Todėl lapkričio 14–15 dienomis internetu Lietuvos marketingo asociacija (LiMA) organizuoja renginį „Efektyvi darbdavio įvaizdžio komunikacija šiandien“. Jame bus kalbama, kaip sėkmingai formuoti darbdavio įvaizdį, kaip pasirinkti tinkamus darbdavio komunikacijos kanalus ir įvertinti jų veiksmingumą.**

„Geras darbdavio įvaizdis lemia ne tik didesnį potencialių kandidatų kiekį, bet ir esamų darbuotojų geresnį lojalumą, įsitraukimą bei darbo efektyvumą. Todėl renginyje ekspertai dalinsis naudingais patarimais – nuo darbdavio įvaizdžio strategijos kūrimo, darbdavio reputacijos gerinimo iki apdovanojimus pelniusių komunikacijos kampanijų įgyvendinimo pavyzdžių“, – sako LiMA direktorė Alvydė Palaimaitė.

Renginys skirtas marketingo, komunikacijos, žmogiškųjų išteklių specialistams ir vadovams, verslo sektoriaus atstovams bei visiems, kurie domisi darbdavio įvaizdžiu.

Dviejų popiečių online renginio metu dalyviai išgirs net 11-os ekspertų nuomones bei įžvalgas, susijusias su darbdavio įvaizdžiu. „Civitta“ partnerė Rūta Gaudešienė pasidalins patarimais, kaip sukurti tinkamą strategiją geram darbdavio įvaizdžiui, o „Darbdavio ID“ strategė Asta Mikalajūnienė pasakos apie darbdavio archetipus ir kaip juos taikyti formuojant darbdavio identiteto strategijas. Darbdavio prekės ženklo ir komunikacijos konsultantė Rūta Lapinskienė atskleis, kaip reikia tinkamai formuoti darbuotojo vertės pasiūlymą.

„The Critical“ agentūros partneris Jonas Liugaila papasakos, kiek įmonės darbuotojai lemia prekės ženklo identitetą, o „Persona Cognita“ įkūrėja ir konsultantė Dr. Dominyka Venciūtė pasidalins patarimais, kaip vadovų ir darbuotojų komunikacija gali prisidėti prie darbdavio įvaizdžio stiprinimo.

„Clinic 212“ agentūrų grupės strategė Toma Stasiukaitytė atskleis, kas iš tiesų padaro darbdavio įvaizdžio kampaniją efektyvia, o „Repsense“ pardavimų vadovas Robertas Danielianas papasakos, kaip stebėti ir matuoti esamą darbdavio reputaciją internete.

Sėkmingų darbdavio įvaizdžių kampanijų receptais pasidalins efektyviausių reklamų rinkimuose „Password” laimėjusių įmonių atstovai, o „Barbora Lietuva“ marketingo ir pardavimų vadovė Julija Sosunova plačiau papasakos apie kampaniją „Laiminti komanda“ ir kaip matuojamas darbdavio įvaizdžio kampanijų efektyvumas. „Fabula Rud Pedersen group“ kūrybos vadovas Linas Migonis pasidalins darbdavio įvaizdžio kampanijos „Stok į Policiją“, organiškai pasiekusios net 1,3 mln. parodymų, kūrybos ir įgyvendinimo procesu.

„Employee2Consumer“ vadovas Deividas Budginas pasidalins įžvalgomis iš 50 ambasadorystės auditų Lietuvos įmonėse bei duos praktinius patarimus iš realių ambasadorystės programų Lietuvoje, o „Omnisend“ darbdavio prekės ženklo vadovė Živilė Brazė papasakos apie įmonės vertybių ir kultūros reikšmę darbdavio įvaizdžiui.

**Apie Lietuvos marketingo asociaciją**

Renginį organizuoja Lietuvos marketingo asociacija, sukaupusi daugiau nei aštuoniolikos metų veiklos patirtį, vienijanti daugiau nei 1300 narių bendruomenę ir siekianti stiprinti marketingo profesiją šalyje.

Dviejų dienų renginys „Efektyvi darbdavio įvaizdžio komunikacija šiandien“ vyks lapkričio 14–15 d. internetu. Daugiau informacijos ir registracija [čia](https://limarenginiai.lt/).

**Daugiau informacijos:**

Simona Survilaitė

+370 685 25281

[simona.s@coagency.lt](mailto:simona.s@coagency.lt)