

Kaip formuoti sėkmingą darbdavio įvaizdį ir teigiamą reputaciją šiandien?

Augant profesionalių darbuotojų poreikiui, konkurencija tarp darbdavių yra kaip niekada stipri. Šią kovą laimi įmonės, kurios turi stiprią darbdavio reputaciją. Todėl gruodžio 4–5 dienomis Lietuvos marketingo asociacija (LiMA) organizuoja kasmetinį dviejų popiečių renginį internetu „Efektyvi darbdavio įvaizdžio komunikacija šiandien“, kuriame bus kalbama, kaip sėkmingai formuoti darbdavio įvaizdį ir vertės pasiūlymą darbuotojui, planuoti darbdavio įvaizdžio kampanijas, įtraukti darbuotojus ir kokį pozicionavimą pasirinkti bei ką rodo darbdavio įvaizdžio tyrimų rezultatai.

„Darbdavio įvaizdžio strategija užima vis svarbesnę rolę siekiant tvaresnio organizacijos augimo. Geras darbdavio įvaizdis lemia ne tik didesnį potencialių kandidatų kiekį, bet ir geresnį esamų darbuotojų lojalumą, įsitraukimą bei darbo efektyvumą. Todėl renginyje ekspertai dalinsis naudingais patarimais – nuo naujausių tyrimų analizės sėkmingesnės darbdavio įvaizdžio strategijos kūrimui iki sėkmės pavyzdžių darbdavio reputacijos gerinimui ir rekomendacijų ar būdų, kaip įvertinti darbdavio prekės ženklo vertę darbuotojams“, – sako LiMA direktorė Alvydė Palaimaitė.

Per dvi dienas dalyviai išgirs net 13 ekspertų nuomonių bei įžvalgų, susijusių su darbdavio įvaizdžio komunikacija. Pirmąją renginio dieną atidarys „Civitta“ asocijuota partnerė Gintarė Kijauskaitė-Mosėnė, pristatydama „Civitta“ organizuoto darbdavių įvaizdžio tyrimo rezultatus. ISM universiteto doktorantė ir dėstytoja, „The Promise“ bendrąją Rūta Lapinskienė atskleis, kaip mokslas ir praktika gali padėti darbdaviams išsiskirti konkurencingoje rinkoje.

Komunikacijos ir marketingo ekspertas, įmonės „Employee2consumer“ vadovas Deividas Budginas atsakys, kaip paskatinti darbuotojus kurti autentišką ir pridėtinę vertę kuriantį turinį, o „Ignitis grupės“ darbdavio įvaizdžio vadovė Ieva Venskuvienė pasidalins darbuotojų ambasadorystės ekosistemos kūrimo patirtimi, pasakodama, kaip tai įgyvendinama „Ignitis grupėje“.

Kaip įvertinti darbdavio prekės ženklo vertę darbuotojams, atsakys „The Critical“ tyrėja Rasa Goštautaitė, o „Linkedist“ projektų vadovė Simona Jazdauskaitė pasidalins penkiomis neuromarketingo taktikomis, kurios padeda kurti stiprų darbdavio įvaizdį „LinkedIn“ platformoje.

Pirmosios renginio popietės pabaigoje savo įžvalgomis pasidalins Darius Gerulis, „Venudu“ lektorius ir konsultantas, kuris aptars, kaip išnaudoti netradicinius kanalus darbdavio įvaizdžio kūrimui.

Antrąją renginio dieną pradės „Ogilvy Vilnius“ strategas Jonas Banys, pristatymas Nacionalinio darbdavio patrauklumo indekso tyrimo rezultatus. Prof. Dr. Dominyka Venciūtė, ISM universiteto profesorė, „Persona Cognita“ įkūrėja ir konsultantė aptars vadovo vaidmenį kuriant darbdavio įvaizdį bei atskleis, kokius lūkesčius darbdaviams kelia šiuolaikinė „Z“ karta.

Darbdavio įvaizdžio kūrimo patirtimi ir iššūkiais pasidalins „Nord Security“ prekės ženklo komunikacijos vadovė Rasa Daunoravičienė, o apie tai, su kokiais problemomis susiduria organizacijos, papasakos „DID Moons“ strategė ir partnerė Asta Mikalajūnienė.

„We are marketing“ darbdavio įvaizdžio strategė Giedrė Rimkė apžvelgs kandidato į darbo vietą kelionės etapus ir pateiks praktinių pavyzdžių, kaip darbdavio pozicionavimo strategiją galima efektyviai pritaikyti kiekviename šios kelionės etape. Renginį užbaigs vidinės komunikacijos ekspertė Giedrė Simanauskaitė, atskleisdama 7 svarbiausias pamokas, kurias suprato pirmosios lietuviškos knygos apie darbdavio įvaizdį rašymo procese.

Dviejų dienų renginys „Efektyvi darbdavio įvaizdžio komunikacija šiandien“ vyks gruodžio 4–5 d. internetu. Daugiau informacijos ir registracija [čia](#).

Apie Lietuvos marketingo asociaciją

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

Daugiau informacijos

Livija Kišūnaitė
+37069656667
komunikacija@lima.lt