

Kampaň „Slovenský zamestnávateľ“

Správna voľba v každom čase.

Popis problému

- ▶ Pôvodné vnímanie Lidl viac ako zahraničnej firmy než cez pracovné podmienky pre zamestnancov, pre ktoré sa považujeme za stabilného slovenského zamestnávateľa
- ▶ Vytvorenie dlhodobého použiteľného konceptu kampane zamestnávateľskej značky, v ktorej budú internými a externými tvármi naši zamestnanci
- ▶ Interná a externá komunikácia našej hodnoty, stability, počas obdobia pandémie COVID-19

Vytvorenie
dlhodobého
konceptu.

Cieľ projektu

- ▶ Podporiť vnímanie spoločnosti Lidl ako stabilného zamestnávateľa, ktorý je správnou voľbou pre našich, ale i potenciálnych zamestnancov v rámci celého Slovenska a v každom čase
- ▶ Podporiť engagement našich zamestnancov so spoločnosťou, a tak mať vplyv aj na zníženie fluktuácie
- ▶ Zvýšiť záujem o prácu v našej spoločnosti a počet uchádzačov o voľné pracovné miesta
- ▶ Nastoliť nové trendy v employer branding na Slovensku – autentická komunikácia cez našich zamestnancov, dôraz na ich súkromný život a ako k tomu Lidl pomáha či autentické zobrazenia pracovného života zamestnancov

Začiatok implementácie

November 2020

Výsledok

- ▶ V období od 1.11.2020 do 28.2.2021 nárast počtu návštevníkov kariérnej webstránky v porovnaní s rovnakým obdobím rok predtým o 89 413 o 67%
- ▶ Získanie ocenenia Najzamestnávateľ 2020
- ▶ Pozitívna spätná väzba od našich kolegov na interných komunikačných kanáloch a ich narastajúci záujem byť súčasťou našich EB kampaní (posledná výzva na zamestnancov - 70 prihlásených kolegov za dva dni)
- ▶ Vo februári nasadenie spotu do TV (pozitívne reakcie od vedenia spoločnosti a Marketingu – uvoľnenie časti TV priestoru objednaného pre produktovú reklamu)

Výhody

- ▶ Dlhodobá využiteľnosť konceptu v internej aj externej komunikácii
- ▶ Pravidelná a intenzívna podpora interného a externého ambasádorstva cez reálnych zamestnancov
- ▶ Kvalitné marketingové spracovanie, ktoré nám v rámci nastavenia firmy otvára priestor odkomunikovať EB kampaň aj cez pre nás „drahé“ médiá ako TV
- ▶ Komunikačne silná podpora work-life-balancu ako dôležitej súčasti nášho života (cez vizuálne prepájanie súkromného života s výhodami práce v Lidl)

