



## Формуляр за кандидатстване

### Данни за контакт

Кандидатура за категория: HR проект на голяма компания

Компания	Райфайзенбанк (България) ЕАД
Лице за контакт	Ирина Заркова
Позиция	Завеждащ сектор „Привличане на таланти и работодателска марка“

### Описание на кандидатурата

Моля, опишете проекта, с който кандидатствате в избраната категория. Посочете конкретни факти, свързани с него – какво представлява, какви дейности/активности включва, кога е разработен и изпълнен, от кого, кои са участниците в него и т.н.

Моля, опишете конкретните постигнати резултати от проекта; областите на личната си удовлетвореност /на вас и/или екипа, отговорен за разработването и реализацията на проекта/ от постигнатото; мненията на участниците в проекта.

Максимален обем: 7500 знака /вкл. разстояния/

## 1. Бизнес ефективност

През 2019 г. Райфайзенбанк (България) ЕАД прие стратегия за позиционирането на компанията като предпочитан работодател на пазара на труда, както и вътрешно сред нейните служители.

През същата година Райфайзенбанк България прие нови мисия, визия и ценности, на база на тези възприети от компанията майка Райфайзен Банк Интернешънъл.

За част от дейностите, свързани с employer branding стратегията, банката проведе конкурс за външен консултант, с който да си сътрудничи при реализирането на този голям проект. Като партньор на банката, в проекта се включи **КАТРО България** - част от австрийска консултантска група с фокус управление и развитие на човешките ресурси.

Проектът беше договорен през 2020 г., а осъществяването му стартира през 2021г., като основните цели на съвместната ни работа с КАТРО бяха:



Като средносрочни бизнес измерители на успеха на проекта за ново EVP и утвърждаване като предпочитан работодател, ЧР екипът ни ще проследи:

- ✓ Повишаване нивото на ангажираността на служителите
- ✓ Намаляване на текучеството
- ✓ Повишаване процента на назначенията в резултат на програмата на вътрешните препоръки

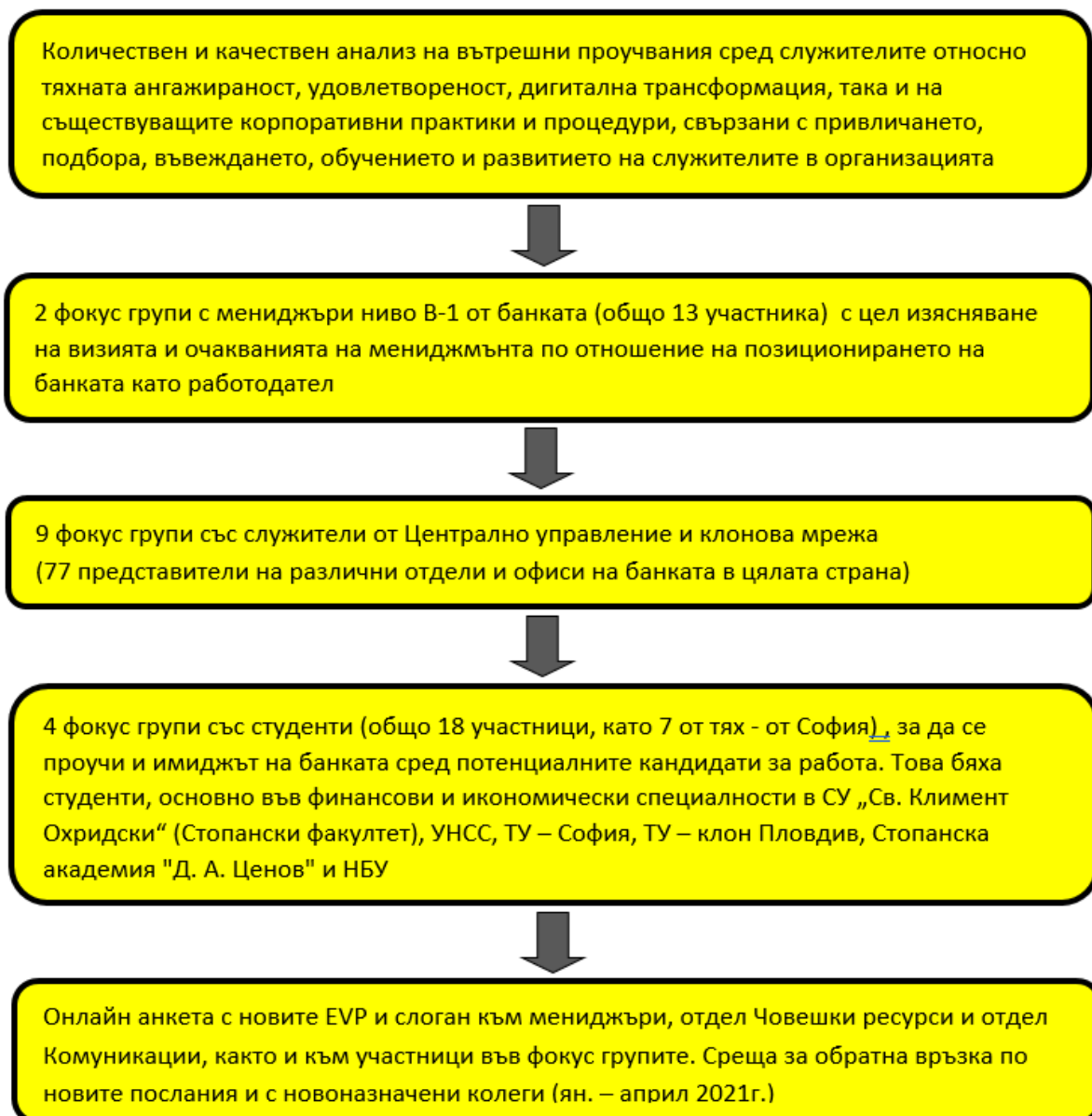
- ✓ Утвърждаване на стажантската програма като една от най-предпочитаните във финансовия сектор в България

Поради факта, че за изпълнението на проекта се изискваше комбинирана експертиза в сферата на човешките ресурси, от една страна, и маркетинг и комуникация от друга, експертите на КАТРО България поканиха като партньор експертите от Newtrend Agency, за да отговорят холистично на изискванията на Райфайзенбанк.

## **2. Организационна ефективност**

### 2.1. Дефиниране на ново EVP:

Процесът по дефинирането на ново EVP включваше следните стъпки:



Основната цел на всички фокус групи бе да се идентифицират конкретните послания, предложения и препоръки на служителите по отношение на основните елементи на Employee Value Proposition, както и да се потвърди разбирането за новите мисия, визия и ценности на компанията. Методологията, използвана във фокус групите, бе базирана на инструмента Employer branding wheel<sup>1</sup>, с чиято помощ се изследваше както количествения аспект – удовлетвореността на служителите от практиките на компанията в съответната област, така и се идентифицираха конкретни дорби практики и възможности за подобрене.

При студентите беше използвана същата методология, адаптирана към техните нужди и очаквания като външни за организацията хора.

Основните изводи от фокус групите бяха обобщени в следните няколко аспекта:

- ✓ отличителните черти на банката, които привличат най-силно нови кандидати на пазара на труда
- ✓ отличителните черти на банката, които задържат най-силно служителите в компанията

Не на последно място, бяха представени препоръки в различните направления от EVP колелото, с които да се подобри още повече силното позициониране на Райфайзенбанк като предпочитан работодател на пазара на труда.

В резултат на всички тези усилия, достигнахме и до финалната трактовка на нашето ново „уникално предложение към служителите“ :

### EVP

**Създаваме среда на доверие и подкрепа, в която всеки може да стане още по-добра версия на себе си.**

**Гордеем се, че сме различни.**

**Срещаме иновациите с традициите и заедно намираме най-добрите решения.**

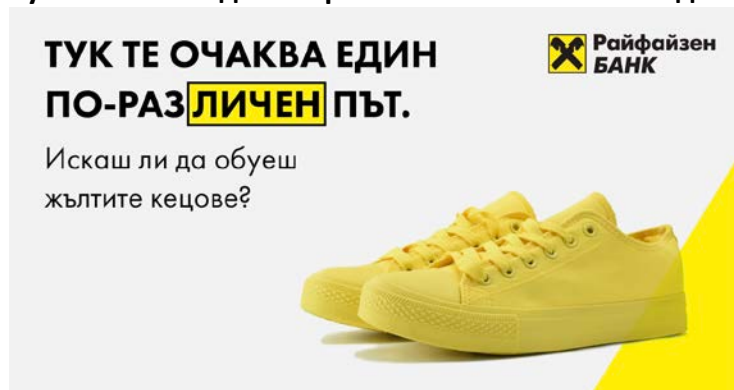
**Развиваме се, докато обучаваме и получаваме - давайки.**

**Вярваме в твоя потенциал.**

**Осмели се да бъдеш успешен с Райфайзенбанк!**

### Слоган:

**Тук те очаква един по-РАЗЛИЧЕН път. Искаш ли да обуеш жълтите кецове?**



<sup>1</sup> The Wheel is a well-recognised tool for employer brand development, described by Simon Barrow and Richard Mosley "The Employer Brand®. Bringing the Best of Brand Management to People at Work" (2011).

## 2.2. Видео

За заснемането на ново корпоративно видео с фокус “работодателска марка”, представящо истинските лица на служителите, беше приложен подхода „разказване на истории“. Видеото беше заснето в началото на м. юни 2021г с помощта на NewTrend Agency, като участници бяха служителите от различни отдели на банката и 1 клон в гр. София. Видеото има за цел да покаже по-разЛИЧНОто преживяване на един служител на Райфайзенбанк, подчертавайки разнообразието от възможности за развитие и иновации в различните отдели на банката. Слоганът с жълтите кецове акцентира още веднъж разЛИЧНИЯ кариерен път, като отправя едно по-свежо, нетрадиционно и иновативно послание към кандидатите за работа.

## 2.3. Програма за препоръки

От стартирането на програмата за препоръки на Райфайзенбанк през 2015 г. до момента, броят на препоръчаните кандидати в годините се е увеличил средно 2-2,5 пъти спрямо нивата от първата година. Служителите на компанията влизат в ролята на посланици на силното EVP, както към свои познати и приятели, така и като родители, популяризирайки професията на банковия служител. За да насърчим още повече препоръките на кандидати за работа от страна на служители на банката, започнахме работа и по линия на брендирането на програмата ни за вътрешни препоръки. Организирахме среща със служители, които са наети след препоръка и с тези, които са ги препоръчали, отново базиран на метода „разказване на истории“, отново в партньорство с КАТРО. Бяха извлечени ключовите послания, които подчертават емоционалната връзка между служителя и работодателския бранд и които биха вдъхновили потенциалните кандидати за работа.

Тези истории ще бъдат поместени в специална нова рубрика с продължение на кариерната страница на банката под мотото „Почерпи РАЙско вдъхновение“ .

## 2.4. Стажантска програма

Стажантската програма на Райфайзенбанк е целогодишна, с възможност за 3 или 6-месечни стажове, както в Централно управление, така и в Клоновата мрежа на банката. За да направим тази програма още по-разпознаваема за младите хора, си поставихме за цел нейното брендиране с помощта на екипа на КАТРО, на база на изведените анализи и препоръки.

Подходът ни тук отново бе базиран на елементите на разказване на истории, за да може да се подсили емоционалният ефект от преживяването на стажанта, който намира своята мечтана реализация в Райфайзенбанк. Направихме интервю-среща със стажант, който е бил на стаж в банката, след това е отишъл в чужбина, за да довърши образованието си и впоследствие отново се връща, вече на постоянна позиция.

Вдъхновяващите истории на стажантите ще бъдат публикувани в нова рубрика с продължение, под мотото „СтартиРАЙ своята кариера в Райфайзенбанк“.

## 2.5 Нова визуална идентичност на кариерната страница

Логична следваща стъпка на проекта е изграждане на нова визуална идентичност на кариерната страница на банката. Новоизведените EVP и слоган, новото корпоративно видео и реализираните дейности по вътрешната програма за препоръки и стажантската програма ще бъдат отразени в новия вид на кариерната страница на банката.

Следвайки системния си подход, експертите на КАТРО и Нютренд направиха цялостен анализ на позиционирането на Райфайзенбанк като работодател в онлайн пространството: кариерна страница на сайта на банката, социални медии и др. На база на този цялостен анализ бяха изведени препоръки за подобряване на цялостната визуална идентичност и брандинг на кариерната страница на банката.

## 3. HR функционална ефективност:

