



MAGYAR
PUBLIC
RELATIONS
SZÖVETSÉG



EMPLOYER BRANDING
AWARD

EMPLOYER BRANDING AWARD 2024

PÁLYÁZATI KIÍRÁS

1. Az Employer Branding Award missziója

Egy vállalat, szervezet csakis akkor tud hatékonyan működni, ha tehetséges, elkötelezett munkatársakat foglalkoztat, ennek biztosítása pedig nagy kihívást jelent egy olyan munkaerőpiacon, ahol erős a verseny. A legjobbakat csakis úgy tudjuk bevonni és főképp hosszú távon megtartani, ha folyamatosan építjük a munkáltatói márkát, ha munkaadóként nem csak láthatók, beazonosíthatóak vagyunk, hanem igazodunk a jelenlegi és a potenciális munkavállalói elvárásokhoz is.

Az employer branding – amit gyakorlatilag a HR és a kommunikáció szoros együttműködése működtet egy külső-belső szemmel is vonzó munkahely megteremtése érdekében - mára már túllépett a „nice to have” kategórián, és a vállalati működés szerves részévé vált.

A Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) által immár hetedik alkalommal meghirdetett Employer Branding Award célja, hogy elismerje és díjazza a legjobb munkáltatói márká-építő stratégiákat és aktivitásokat, és ezek széles körű bemutatásával, pozitív példákkal és inspiráló ötletekkel segítse a szakmát.

Az Employer Branding Award célja továbbá, hogy láthatóvá tegye a munkáltatói márká üzleti értékteremtését és díjazottjai által elismerje a mérhetően eredményes employer branding kezdeményezéseket. Munkáltatói márkája akkor is van egy vállalatnak, ha nem foglalkozik vele tudatosan. 2024-ben már nem elég „csak” jó munkahelynek lenni, annak is kell látszani.

2. Pályázati feltételek

Pályázni 2023. január 1- 2024. június 30 között megvalósuló employer branding stratégiával / employer branding kampánnyal / aktivitással lehet.

A pályázatokban **az alábbi egységeket kérjük elkülöníteni:**

- a) Nyilatkozat arról, hogy a pályázatban szereplő alapötlet/koncepció a pályázó önálló szellemi terméke-e, illetve, hogy a pályázati feltételeknek megfelel.
- b) Alaphelyzet bemutatása, üzleti és employer branding kihívások.
- c) Az employer branding aktivitás célja és a célcsoportok bemutatása.
- d) A stratégiaalkotás és operatív megvalósítás összekapcsolása: módszerek, eszközök, analízis-kutatás-elemzés, külső-belső aktivitások csatornái, eszközei és időzítésük, wellbeing aspektusok szerepe a bevonásban és megtartásban, DEI és ESG témák.
- e) Jó példák az integrált employer branding együttműködésre: a HR-, a kommunikációs és a marketingosztály, üzleti területek stb. között, valamint a vezetői bevonásra.
- f) Innovatív megoldások kiemelése, kontextusa.
- g) EB kihívásokra adott válaszok összegzése és a legnagyobb sikerek kiemelése.
- h) A munka/kampány eredményének mérési módszerei.
- i) A kitűzött célok elérésének értékelése, mérhető üzleti eredmények és az üzleti folyamatokra gyakorolt hatások.
- j) A munka/kampány jövőbeni felhasználási/folytatási lehetőségei.

3. Pályázható kategóriák:

I. Területek alapján:

1. Employer branding stratégia – munkáltatói márka stratégia és annak következetes megvalósítása.
2. Employer branding kampány – egy konkrét üzleti igény támogatása időszakos kampánnyal.
 - a) 2023-as gazdasági válság negatív hatásainak ellensúlyozása, csökkentése az employer branding területén / eszközrendszerével
 - b) Innovatív eszközhasználat employer brandingben
 - c) Speciális célcsoport szegmensnek szóló / speciális üzenettel, tartalommal bíró kampányok. (Speciális célcsoport: kiemelten fontos, szűkített vagy éppen új célcsoport. Speciális tartalom: a fő üzenet finomhangolása, esetleg új üzenetelemmel történő bővülése.)
 - d) Digitális employer branding kommunikáció.
 - e) Storytelling, Ambassador program (belső kommunikációs megoldások).
 - f) Kis költségvetésű (3M Ft büdzsé alatti) kampányok.
 - g) Frissdiplomás, Z generációs célcsoportot kiemelten megcélzó employer branding kezdeményezések.

II. Iparágak alapján:

- | | |
|---|--|
| a) Egészségügy, gyógyszeripar | j) Közlekedés, logisztika |
| b) Energiaipar, energetika | k) Média, marketing, szórakozás, sport |
| c) Építőipar, ingatlan | l) Non-profit, civil szféra, művészet, kultúra |
| d) Pénzügyi szektor, bank, biztosítás | m) Technológia, Telekommunikáció, IT |
| e) Startup | n) Közigazgatás, kormányzati, állami intézmény |
| f) Szállítás, közlekedés, autóipar | o) Üzleti szolgáltató központok (SSC, BSC) |
| g) Turizmus, Vendéglátóipar, idegenforgalom, HORECA | p) Tanácsadás |
| h) FMCG Retail, kereskedelem | |
| i) Gépgyártás, autóipar, ipari termelés | |

4. A pályázat benyújtásával kapcsolatos tudnivalók

- a) Az online pályázati űrlap és a nevezési feltételek elérhetőek a <http://www.employerbrandingaward.hu/palyazat-benyujtasa> oldalon.
- b) Pályázhat minden olyan, Magyarországon bejegyzett ügynökség és szervezet (vállalat, civil szervezet, állami vagy önkormányzati intézmény, külön vagy együtt), illetve magánszemély, amely/aki a pályázati kiírást megelőző 12 hónapban a pályázati kiírásnak megfelelő szakmai munkát végzett employer branding területen.
- c) Az MPRSZ nem fogad el politikai és/vagy pártokhoz kötődő kampányokat.
- d) A pályázat nyelve magyar. A benyújtott pályázatokat független szakmai zsűri értékeli. A pályázati anyag kizárólag a honlapon található űrlap kitöltésével nyújtható be.
- e) Pályázati törzsanyag
 - Egy darab, legfeljebb 20 slide-ból álló prezentációs anyag PDF formátumban.
- f) Minden pályázatot PDF formában kérünk beadni. Kérjük, hogy az esetleges illusztrációs anyagokat vagy videó(k)ra mutató linke(ke)t a PDF-ben helyezték el, de külön is csatolhatók. Nagy terjedelmű fájlok esetén kérjük, használjátok a WeTransfer szolgáltatást, és a honlapon található űrlapon adjátok meg a feltöltött anyagok elérhetőségének linkjét. A pályázati anyagon felül legfeljebb összesen öt melléklet, illusztráció, videó csatolható egy pályázathoz.
- g) Amennyiben a pályázati anyagban bemutatott digitális megoldások webes vagy mobilalkalmazásokat is tartalmaznak, az alkalmazás elérését az MPRSZ számára lehetővé kell tenni.
- h) Egyéb beadandó anyagok: 300-500 karakteres összefoglaló a pályázatról (ezt publikáljuk, ha a pályázat shortlistre kerül).
- i) Minden, az űrlapon bejelölt kategória külön nevezésnek minősül.
- j) Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy a terjedelmi korlátot meghaladó, vagy nem a megadott felépítésben (lásd a korábban részletezett egységek) beadott pályázatokat, illetve a nem a versenykiírást megelőző 12 hónapban létrejött pályázatokat a versenyből kizárja.

- k) Amennyiben a benyújtott pályázat pótolható hiányt tartalmaz, az MPRSZ – 2 napos határidő tűzésével – hiánypótlásra hívja fel a pályázót. A hiánypótlási határidő elmulasztása esetén az MPRSZ a rendelkezésre álló információk alapján értékeli a pályázatot.
- l) A határidőn kívül érkezett pályázatokat nem tudjuk elbírálásra befogadni.
- m) Az MPRSZ fenntartja magának a jogot, hogy amennyiben a szakmai zsűri egy adott kategóriában egyetlen pályázatot sem értékel az Employer Brand Award 2024 díjra érdemesnek, akkor az adott kategóriában ne adjon ki díjat.
- n) A nevezési díjak visszatérítésére nincs mód.
- o) A zsűri fenntartja magának a jogot, hogy az egyes pályázatokat indoklás nélkül másik kategóriába sorolja át.
- p) A pályázatot benyújtó szervezetek hozzájárulnak, hogy pályaműveik összefoglalóját (300-500 karakteres összefoglaló a pályázatról) az MPRSZ a honlapján közzé tegye. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessetek, amelyek nyilvánosak.

Ha kérdésed lenne a pályázati űrlap kitöltésével kapcsolatban vagy segítségre van szükséged, fordulj hozzánk az iroda@mprsz.hu e-mail címen vagy a +36 30 397 4176-os telefonszámon. Köszönjük!

5. A kiosztott díjak a kategóriákon kívül:

- a) Az Év Employer Branding szakembere Díj
- b) Az Év Fiatal Employer Branding szakembere Díj
- c) EB Oktatója Díj

6. Értékelési szempontok (0-100)

30 pont – STRATÉGIA

- Üzleti kontextus: kapcsolódás a cég üzleti stratégiájához, üzleti céljaihoz, mérőszámaihoz. - Külső piaci körülményekhez való alkalmazkodás, megfelelés
- HR kontextus: kapcsolódás a vállalat HR stratégiájához, személyügyi céljaihoz, brand aktivitásaihoz
- Integráltság: a kommunikációs aktivitás beágyazottsága a vállalat stratégiájába
- Vezetők: vezetői bevonás, **buy-in** konkrét példával

30 pont – MEGVALÓSÍTÁS, KREATIVITÁS

- Az aktivitás alapötletének egyedisége, innovatív megközelítése
- Kivitelezés kreatív minősége
- Felhasznált megoldások, csatornák, eszközök újszerűsége
- Dolgozók részvétele, a bevonás ötletessége, vezetők és belső ambassdorok megnyerésének és aktiválásának eszközei
- Projektmenedzsment

40 pont – ÜZLETI HATÁS, EREDMÉNYESSÉG

- Üzleti mérőszámok, eredmények, ROI, (pénzügyi eredményesség, monetizált időköltések, egységköltések, megtérülés) KPI-ok elérése.
- HR mérőszámok, aktiváció eredményessége (elértek száma, jelentkezők száma, releváns jelöltek aránya, karrier oldal látogatók, felvettek száma)
- Kommunikációs mérhetőség, eredményesség, konverzió (elérés, kontaktszám, reakciók, kommentek, megosztások, átkattintás)
- Integrált employer brand szemlélet alkalmazása, integrált stratégiai roadmap eredményessége
- Tervezettség, időzítések, projekt menedzsment eredményessége
- Konkrét, számokban kifejezhető, mérhető hatás (rövid-, közép- és hosszútávon) a jelöltélményre és/vagy munkavállalói élményre (candidate & employee experience).

7. A zsúri értékelésének folyamata

A szakmai értékelés két részből áll, előzsűriből és főzsűriből. A bírálókat első körben online rendszerben jelöljük. Az előzsűzés során az előzsűri tagjai a fenti értékelési szempontok alapján állítják össze a shortlistre kerülő pályamunkák listáját.

A zsűritagok egyes kategóriák szerinti kiválasztása akként történik, hogy az általuk értékelt pályázatok tekintetében ne álljon fel összeférhetlenség (ideértve különösen jelenlegi vagy korábbi munkaviszonyt vagy megbízási jogviszonyt, illetve egyéb üzleti kapcsolatot és üzlet érdekeltséget).

A zsűritagok összeférhetlenségének elkerülése érdekében minden zsűritag elfogadja és betartja az MPRSZ Etikai kódexét. Az MPRSZ célja, hogy kiváló magyar employer branding szakemberek közösségét kérje fel a zsűrizésre, ezért óhatatlanul is előfordulhat, hogy olyan pályamunka is a zsűri elé kerül, amelyben valamelyik zsűritag érintett.

A zsűritagok kötelesek jelezni esetleges érintettségüket, legyen szó akár megbízási, akár ügynökségi kapcsolatról, amelyet az MPRSZ titkársága külön is ellenőriz. Az érintett zsűritag az adott kategóriában nem szavazhat és az élő zsűrizés során sem vehet részt a kategória értékelésében, illetve nem vehet részt az élő prezentációk értékelésében sem. Az érintettséget a zsűri dokumentálja, és a kategória pályázói felé a pontszámok nyilvánosságra hozatalakor közli, hogy melyik zsűritag szavazhatott az adott kategóriában.

A shortlistre került pályaműveket a pályázók egy előre kihirdetett időpontban 3 percen belül prezentálják a főzsűri és a nézők előtt. A főzsűri maximum 3-3 pontot ad a pályázat hitelességére és a prezentáció módjára, majd dönt a végeredményről.

A prezentáció nyilvános, díjköteles esemény, amelyen bárki részt vehet. A rendezvény az MPRSZ tagjainak és a pályázóknak ingyenes, más érdeklődőnek 2.000 Ft + Áfa / fő.

A zsűri kioszthat minden kategóriában arany-ezüst-bronz díja(ka)t, ezen kívül különdíja(ka)t is kiadhat az egyes kategóriákba nem sorolható, de a pályázat céljait sikeresen támogató pályaművek esetében. A zsűri kiválaszthatja az adott év leginnovatívabb projektjét is, ha úgy ítéli meg, hogy van ilyen. A pályázati anyagokra érkezett pontok alapján a Kiíró kiválasztja az Év Employer Branding-Ügynökségét is, ezen kívül a főzsűri kioszthatja az 5. pontban felsorolt díjakat.

Fődíj: A kategórianyertesek közül a legkiemelkedőbb pályamű nyeri el az Employer Brand Award 2024 fődíját.

A változtatás jogát fenntartjuk!

8. Nevezési díj és határidők

FONTOS DÁTUMOK:

- Pályázati kiírás: július 15.
- Early bird időszak: 2024. július 15. – szeptember 3.
- Normál nevezés: 2024. szeptember 4-20.
- Late Entry: 2024. szeptember 21-27.
- Shortlist eredmény: 2024. október 10.
- Shortlistes pályázatok élő prezentációja: 2024. október 17.
- Eredményhirdetés: 2024. novemberben

A 2024. szeptember 27-e után beérkezett pályázatok érvénytelenek.

NEVEZÉSI DÍJ

Az EBA 2024 pályázat nevezési díja: 58.000 Ft + Áfa. Az MPRSZ tagok 20% kedvezményt kapnak a nevezési díjból a normál és a late entry időszakban.

A 3. nevezéstől pályázatonként 20% kedvezményt biztosítunk a nem szövetségi tag indulók számára.

A kedvezmények nem összevonhatóak!

Early bird	46.400 Ft + Áfa / pályázat
Normál nevezési díj	58.000 Ft + Áfa / pályázat
Late entry	69.600 Ft + Áfa / pályázat

A nevezés után az MPRSZ munkatársa felveszi a Pályázóval a kapcsolatot a számlázás részleteiről.

Amennyiben a nevezési díj nem érkezik meg 2024. szeptember 30-ig, a pályamunka nem kerül a zsűri elé. A nevezés megrendelésnek minősül, így fizetési kötelezettséggel jár.