



EMPLOYER BRANDING AWARD 2020

(PÉLDAÉRTÉKŰ MUNKÁLTATÓI MÁRKAÉPÍTÉS GYAKORLAT DÍJA)

PÁLYÁZATI KIÍRÁS

Egyre több vállalat és állami intézmény ismeri fel, hogy a munkáltatói márkaépítés a tehetségekért folytatott versenyben egyre fontosabb szerepet tölt be. A tudatos Employer Branding stratégia alkalmazása jelentős módon növeli a munkavállalók elkötelezettségét, így csökkentve a fluktuációt, a betegszabadságos napok számát, a felvételi átfutási időt, illetve a toborzási költségeket. A helyesen alkalmazott Employer Branding jelentősen hozzájárul a vállalati/intézményi kultúra alakításához, a kellemesebb munkahelyi légkörhöz, a boldogabb és eredményesebb munkavégzéshez. A munkáltatói márkaépítés a kommunikáció és a HR határterülete, ahol a kommunikációs és HR-szakemberek kiváló együttműködése elengedhetetlen. 2020-ban a COVID hatására a munkáltatói márkák jelentős kihívásokkal küzdöttek és küzdenek a mai napig.

Hatodik alkalommal hirdeti meg a Magyar Public Relations Szövetség (MPRSZ) az Employer Branding Awardot. A pályázat célja a legjobb hazai munkáltatói márkaépítési gyakorlatok jutalmazása, bemutatása és megismertetése a szakmai közönséggel. Ezen kiváló gyakorlatok gazdagítják a HR-kommunikáció speciális területét, ami hozzájárul az Employer Branding (EB) szakterület hazai fejlődéséhez. A Díj azon HR- és kommunikációs szakemberek és osztályok együttműködését hivatott elismerni, melyek a legkiválóbb Employer Branding kampányokat, stratégiákat dolgozták ki és hajtották végre, mind a szervezetben belül, mind azon kívül. A Díj segít összegyűjteni és közzétenni a legjobb gyakorlatokat annak érdekében, hogy munkahelyeink minél örömtelibbek, egészségesebbek, igényesebbek és jövedelemtermelőbbek legyenek.

MIÉRT ÉRDEMES PÁLYÁZNI?

- Különbözzenek és tűnjenek ki a kiváló Employer Branding gyakorlatukkal a munkaerőpiacon
- Pozícionálják cégüket szakmai körben Employer Branding aktivitásuk bemutatásával
- Használják ki az ünnepélyes díjátadót HR-COM-csapataik motiválására
- Díjazottként megkapják a „Példaértékű Munkáltatói Márkaépítés Gyakorlata 2020” elektronikus pecsétet (logót) szabad felhasználásra a vállalati kommunikációban egy évre
- Média- és PR-megjelenést biztosítunk (interjúk, riportok...)
- Önt személy szerint, mint Employer Branding szakembert említjük – personal branding
- A díjazott pályázatokat számtalan szakmai fórumon bemutatjuk

PÁLYÁZATI FELTÉTELEK

Pályázatukban mutassák be a vállalatuknál, intézményüknel bevezetett **Employer Branding éves stratégiát** a 2020-as évből, különös tekintettel a dolgozói elégedettség javulására, a vállalat bevonzó képességének növekedésére (company of choice), a megtartás erősödésére, a pályázói és munkavállalói élmény növelésére, a vállalati/intézményi kultúra esetleges pozitív változására, illetve a vállalati stratégiai célok elérésére.

Lehetővé tesszük **kisebb volumenű, kampány jellegű** Employer Branding kezdeményezések nevezését is, amelyek követendő példának állíthatóak, és kapcsolatban vannak a dolgozói elköteleződés növekedésével, a „company of choice” pozíció elérésével, szintén a 2020-as évből. Fontos szempont a bevezetett Employer Branding stratégia/kampány mérhető eredményeinek bemutatása is.

Idei újdonság, hogy kampány kategórián belül lehet nevezni „általános” és speciálisan a „COVID-ra rezonáló kampányokkal” is. Az utóbbiba kizárólag a koronavírus járványra adott egyedi megoldásokat várjuk.

A pályázat összeállításához a következő vázat tudjuk segítségként biztosítani:

Az alábbi felsorolásból azokat a pontokat javasoljuk kifejteni, amelyekről úgy gondolják, hogy relevánsak a pályázat szempontjából, és ezekben a folyamat során megfelelő tapasztalatokra tettek szert. *A lentic sorvezetőként szolgálnak.*

1. Az Employer Branding folyamat (stratégia/kampány) céljai az Önök vállalatánál/intézményénél
2. A projektteam és a folyamat működtetésének leírása
3. Analízis és stratégiaalkotás
4. Bevonás best practice összefüggéseinek bemutatása, különös tekintettel a pályázói élményekre
5. Megtartás best practice összefüggéseinek bemutatása, különös tekintettel a munkavállalói élményekre
6. Az Employer Value Proposition (EVP) ismertetése
7. Célcsoportok bemutatása és megszólításuk (eszközök, csatornák)
8. EVP megjelenítése a célcsoportok körében
9. Az Employer Branding stratégia/kampány bevezetésének és megszilárdításának módjai a dolgozók között
10. Vállalati/intézményi kultúra esetleges változása és ebben a vezetők szerepe
11. Belső kommunikáció aktivitásai, csatornái, eszközei, célcsoportjai
12. Külső kommunikáció aktivitásai, csatornái, eszközei, célcsoportjai
13. Jó példák a HR-, a kommunikációs és a marketingosztály együttműködésére
14. A munkakörnyezet és irodakialakítás szerepe a bevonásban és megtartásban
15. Innovatív Social Media megoldások
16. A külső és belső kommunikációban alkalmazott PR-elemek ismertetése, ha vannak ilyenek
17. A vállalati/intézményi kultúra befolyásolásában, változásában elért sikerek bemutatása
18. Mérhetőség, KPI-k (Key Performance Indicator) ismertetése
19. A megvalósult Employer Branding stratégia költségvetése (opcionális)
20. Szerzett tapasztalatok
21. A legnagyobb kihívások a folyamat/kampány során

(A „COVID kampány kategóriában” a fenti szempontok COVID irányú fókuszait várjuk kifejtve.)

PÁLYÁZATI KATEGÓRIÁK

Munkáltatói típus alapján:

1. Középvállalat (50–500 munkavállaló között)
2. Nagyvállalat (500 munkavállaló felett)
3. Állami intézmény
Például: Kormányzat (Miniszterelnökség, minisztériumok és háttérintézményeik), Hatóságok (NAV, NFH, GVH, stb.), Kormányzati háttérintézmények (HIPA, egyéb gazdasági intézmények stb.), Kormányhivatalok és háttérintézményeik, Önkormányzatok és háttérintézményeik, Bíróságok, Állami költségvetésből működő/állami feladatokat (is) ellátó szövetségek/Szervek (pl. Magyar Kereskedelmi és Iparkamara, BKIK, Magyar Turisztikai Hivatal stb.).

Az értékelés során kizárólag az azonos kategóriában benyújtott pályázatokat vetjük össze.

A pályázott kategória alapján

1. Employer Branding éves stratégia bemutatása a 2020-as évből
2. Employer Branding kampány bemutatása a 2020-as évből
 - 2.a: Általános Employer Branding Kampányok bemutatása a 2020-as évből
 - 2.b: Speciális COVID Employer Branding Kampányok a 2020-as évből: itt kizárólag a koronavírus járványra adott egyedi megoldásokat várjuk.

A PÁLYÁZAT BENYÚJTÁSÁVAL KAPCSOLATOS TUDNIVALÓK

1. Pályázhat minden olyan Magyarországon működő vállalat, amelyet Magyarországon jegyeztek be, vagy nemzetközi vállalat leányvállalataként hazánkban működik. Pályázhatnak állami intézmények is.
2. Pályázhatnak továbbá határon túli, szomszédos országokban céggközponttal rendelkező vállalatok is, amelyeknek van igazolhatóan magyarországi üzleti érdekeltsége, melyek magyar állampolgárságú munkavállalókat is foglalkoztatnak.
3. **A pályázatokat elsősorban a pályázó munkáltató vállalatok, illetve állami intézmények adhatják be, akik megnevezhetik együttműködő partner szervezeteiket is a pályázati anyagukban.**
4. Pályázatokat a vállalat nevében együttműködő partner (ügynökség, tanácsadó) is benyújthat, de ebben az esetben is a pályázó az általa képviselt vállalat.
5. A pályázatokat kizárólag elektronikusan, a www.employerbrandingaward.hu honlapon található úrlapon keresztül lehet beadni.
6. A pályázat első oldalán kérjük feltüntetni az alábbi adatokat:
 - A pályázott kategória
 - A pályázati anyag címe
 - A vállalat vagy állami intézmény főbb adatai (név, cégforma, székhely, fő tevékenység, levelezési cím, adószám, bankszámlaszám, kontaktszemély adatai)
7. **Prezentáció feltöltése kötelező (PPT/Prezi).** Prezentáció nélkül a pályázat érvénytelen!
8. **Videó feltöltése kötelező** (egyszerre több anyag is feltölthető). A pályázatot összefoglaló videó felhasználásra kerül a díjátadón és a social mediában, amennyiben a pályázat a nyertesek között van!
9. Kísérőlevél feltöltése opcionális, nem ragaszkodunk hozzá.
10. Az Employer Branding Award nyerteseinek (arany, ezüst, bronz) ügynökségei pontszerzők a Kreatív PR Toplistán. Az esetlegesen kiosztott különdíjak nem számítanak bele.

JOGNYILATKOZAT

A pályázatra nevező vállalat (munkáltató) vagy állami intézmény nevezésével tudomásul veszi, hogy a Magyar Public Relations Szövetség a nyertes pályaműveket közzéteszi, promotálja azokat. Nevező vállalat ezért pályázatát köteles PowerPoint/Prezi prezentációban összefoglalni és csatolni pályázatához, illetve pályázatával – nyertes pályamunka esetén – vállalja, hogy pályamunkáját a Szövetség által biztosított helyszíneken/rendezvényeken bemutatja. Ehhez kapcsolódóan kérjük, hogy a pályázat publikálásra szánt részében csak olyan adatokat szerepeltessenek, amelyek közzétehetőek.

A nevezéssel a Pályázó elfogadja, hogy amennyiben a Pályázóhoz a pályázat vagy a Díj kapcsán előadói felkérés érkezik be, az MPRSZ dönthessen minden esetben előzetesen arról, mely fórumokon mutatják be a pályázati anyagot.

NEVEZÉSI DÍJ

Az Employer Branding Award 2020, avagy a „Példaértékű Munkáltatói Márkaépítés” pályázat nevezési díja: 75 000 Ft + Áfa. MPRSZ tagok 10% kedvezményt kapnak a nevezési díjból. A pályázatot lehetőség van beadni a pályázati határidőidő lejártá utáni 1 hétben is. Ennek plusz díja a nevezési díj+20%/pályázat.

A nevezési díjat „Employer Branding Award 2020” megjelöléssel a Magyar PR Szövetség MagNet Bank 16200151-18522457 számú bankszámlájára kérjük átutalni a nevezéssel egy időben. (A cégek számlaigényüket jelezzék az MPRSZ titkárságának: iroda@mprsz.hu)

NEVEZÉSI HATÁRIDŐ

A pályázat benyújtásának határideje: **2021. április 30.**

Kizárólag a 2020-as évben életre hívott/lebonyolított Employer Branding éves stratégiájával és/vagy kampányaival lehet pályázni.

TECHNIKAI ELVÁRÁSOK

- A pályázati anyag benyújtását kizárólag az [Employer Branding Award honlapján](http://www.employerbrandingaward.hu) (<http://www.employerbrandingaward.hu>) található űrlap kitöltésével fogadjuk el.
- Minden pályázatot PowerPoint- vagy Prezi prezentációként kérünk beadni (pdf, zip, ppt vagy pptx fájlként), maximum 100 MB méretben és maximum 20 slide terjedelemben. Kérjük, lehetőség szerint ebben helyezték el az esetleges illusztrációs anyagokat is, ugyanakkor azokat külön is csatolhatják. Kérjük, hogy a nagy terjedelmű fájlok esetében használják a [WeTransfer](#) szolgáltatást, és a honlapon található űrlapon adják meg a feltöltött anyagok elérhetőségének linkjét. A WeTransfer használatáról [itt talál útmutatót](#).
- Továbbá kötelező beadni legalább egy olyan videót, amely összefoglalva bemutatja a pályázat tartalmát vagy a pályázathoz közvetlenül köthető tartalmat, **maximum 2 percben**. Több videó és kép is feltölthető a rendszerbe. Ez esetben kérjük, hogy a videó(ka)t a YouTube-ra töltsék fel, és a linke(ke)t mellékeljék számunkra szintén a honlapon található benyújtási űrlapon. Kérjük, hogy a videókat „nem listázott” módban töltsék fel, vagyis csak direkt linkkel legyenek elérhetőek. A feltöltéshez [itt talál segítséget](#). A beadni kívánt képanyag kiváló minősége elvárt.
- Rövid kísérő leírás beadása lehetséges (opcionális), amely a stratégia/kampány összefüggéseit, egyes részleteit magyarázza el maximum 1 db A4-es oldal terjedelemben. Az esetleges mellékleteket külön kérjük csatolni a honlapon (pdf, doc vagy docx fájlként, maximális fájl méret: 10 MB).
- A beadott prezentációkat az MPRSZ közzéteheti információs felületein, illetve különböző szakmai rendezvényeken.

ELBÍRÁLÁS ÉS A SZAKMAI ZSÚRI

A zsúri értékelésének szempontjai

Minden kategóriában arany, ezüst és bronz minősítés ítélhető oda. A kategóriákon felüli fődíjat az a pályázat nyeri, mely az értékelés során a legmagasabb pontszámot kapta és a zsúri fődíjra méltónak tartja. A beérkezett pályázatokat független szakmai zsúri bírálja el 2021 tavaszán. A szakmai zsúri tagjai a tíz meghatározott bírálati szempont alapján maximálisan 100 pontot adhatnak egy-egy pályázatra. Minden bírálati szempontra maximálisan 10 pontot adhatnak. A bírálati szempontok a megadott sorvezető feltételrendszerre épülnek.

A független zsúri tagjai a bírálatot egyenként, önállóan végzik, de lehetőséget kapnak személyes egyeztetésre is. Azok a pályázók kerülnek shortlistre, akiknek a pályázatát a zsúri erre méltónak tartja és elérték legalább az átlag 65 pontot. Ha az adott kategóriában a beérkezett munkák színvonala alacsony, akkor a zsúri dönthet úgy, hogy nem oszt díjat. A pályázatokat a zsűrinek joga van más kategóriába sorolni, ha a zsúri szerint a pályázat a másik kategóriába jobban illeszkedik. A zsúri tagjai elfogultságot jelentenek be minden olyan pályázat esetében, amelynek kapcsán bármilyen szempontból érintettek. Az általuk képviselt vállalatok és állami intézmények pályázatára nem szavazhatnak.

A pályázatok elbírálásának szempontrendszere:

1. Az alaphelyzet, Employer Branding stratégiai/kampány célok és a HR-kommunikációs kihívások meghatározása
2. Az alkalmazott Employer Branding stratégia/kampány kidolgozottsága és átgondoltsága
3. HR- és marketingkommunikációs eszköztár kiválasztása, használatának egyensúlya
4. A HR és a vállalati kommunikáció együttműködésének bizonyítékai
5. A munkáltatói üzenetek értelmezhetősége, egyedisége és hitelessége
6. A belső kommunikációs eszközök és csatornák minősége, aránya, a folyamat megvalósítása, a kivitelezés minősége
7. A külső kommunikációs eszközök és csatornák minősége, aránya, a folyamat megvalósítása, a kivitelezés minősége
8. Iroda és munkaállomások (termelés), közösségi terek, mint munkahely megjelenése
9. A belső és külső üzenetek és kampányok összehangoltsága, egyedisége
10. Az Employer Branding folyamat mérése és eredményessége, a mérési/értékelési metodika

A "Speciális COVID Employer Branding Kampányok" esetében azt vizsgálja a zsúri, hogy a HR és kommunikációs terület intézkedései, beadott aktivitásai mennyire segítették elő a munkáltatók megtartását és lojalitását ebben a kihívásokkal teli időszakban.

EREDMÉNYHIRDETÉS

A pályázat eredményhirdetésére 2021 nyarán kerül sor egy ünnepélyes virtuális vagy személyes díjátadó gála keretében.

KAPCSOLAT

Esetlegesen felmerülő kérdéseikkel kapcsolatban Kádár Balázs, az Employer Branding Award létrehozója áll rendelkezésre.

- Mobil: +36 30 282 1336
- E-mail: info@employerbrandingaward.hu
- Honlap: <http://employerbrandingaward.hu>

TÁMOGATÓK

A Díj létrehozója



Szakmai partner



Támogatók



Együttműködő partner



BUDAPESTI
KERESKEDELMI
ÉS IPARKAMARA