

Bud' svůj, bud' svá. Deloitte spustil employer branding kampaň, vystupují v ní zaměstnanci

27.10.2023 - | Deloitte Advisory

Poradenská a technologická společnost Deloitte spustila v Česku a na Slovensku novou employer brandingovou kampaň. Má mířit na všechny věkové skupiny, pozicovat Deloitte jako lídra tuzemského byznysu a posilovat jeho značku v očích budoucích uchazečů a zaměstnanců.

“V Deloitte jsme dlouhodobě vytvářeli pouze kampaně pro jednotlivé eventy, pozice či týmy, které akutně potřebovaly nabrat nové síly, čímž jsme většinou cílili na juniorní kandidáty. Neměli jsme jednotnou kampaň, která by představovala Deloitte jako celek a zároveň ukazovala, jaké oddělení máme. Proto jsme se rozhodli udělat velkou zastřešující kampaň, která vychází z našich hodnot, drží linku Impact that matters a také zohledňuje náš vizuální styl - jednoduchý, ale současně velmi úderný a silný,” říká Iva Habrnálová, která je spoluautorkou kampaně a v Deloitte zastává pozici Talent Branding & Acquisition Manager.

Cílem kampaně je podle ní mimo jiné ukázat, že každý jsme jiný a každý máme jiné silné vlastnosti, které však dohromady přispívají k týmovému úspěchu. V kampani vystupují pouze reální zaměstnanci a zaměstnankyně, kteří v ní odkrývají své silné stránky a také ukazují, jak rozdílní jsou – a to nejen v práci, ale také například ve svém volném čase. Tím chce Deloitte pomyslně vyzvat své uchazeče, aby si každý z nich vybral svůj přínos a pracovní pozici, kde se bude cítit svůj nebo svá.

“Deloitte nemá hmotný produkt, Deloitte tvoří lidé a jejich know-how. Představa, že bychom najali herce se nám příliš nezamlouvala. Chtěli jsme autentickou kampaň, proto jsme o pomoc nakonec požádali přímo naše zaměstnance a zaměstnankyně. Chtěla se jich zapojit téměř stovka, tedy daleko více, než jsme mohli uplatnit. Z takového zájmu mám obzvlášť radost, protože jejich ochota jít s kůží na trh potvrzuje, že jsou pyšní na to, že jsou součástí Deloitte,” je přesvědčena HR ředitelka české pobočky největší poradenské firmy světa Martina Schiestlová.

Kampaň běží primárně on-line a na sociálních sítích, doplněna je o venkovní reklamní plochy na frekventovaných místech v Praze a Bratislavě. Poradenská společnost na ní spolupracuje s marketingovou agenturou DFMG.

“Jedná se o pomyslnou první vlnu nového stylu komunikace našeho brandu vůči potenciálním zaměstnancům. Už první výsledky kampaně mnohonásobně překročily všechna KPIs, která jsme si nastavili, zájem o její obsah nás utvrzuje v tom, že jsme se vydali správným směrem. V podobném duchu proto bude nejen tato kampaň, ale rovněž naše celková employer brandingová komunikace, kterou tím chceme posunout o další level a dlouhodobě dostávat na naši palubu ty nejlepší talenty Česka,” dodává šéfka PR a externí komunikace Deloitte Alžběta Honsová.

<https://www2.deloitte.com/cz/cs/pages/press/articles/bud-svuj-bud-sva-deloitte-spustil-employer-branding-kampan-vystupuji-v-ni-zamestnanci.html>