



Hello My Future



מלי מטטוב

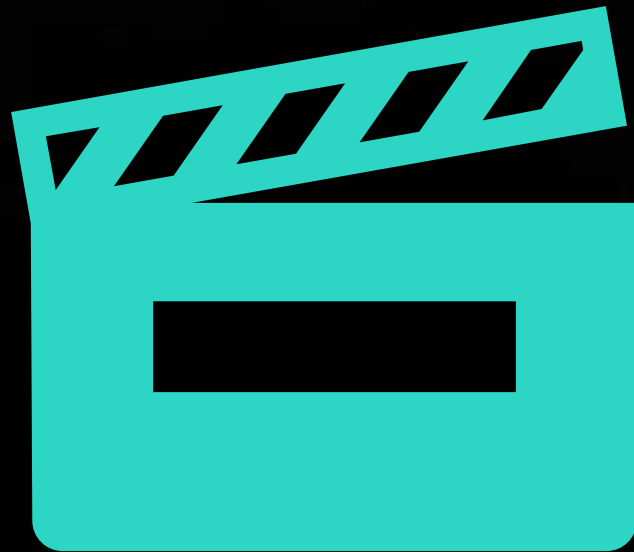
מנהלת אגף גיוס, למידה,
פיתוח ארגוני ורווחה

שירן שטרית

מנהלת גיוס

Hello My Future

סרטון מיתוג המעסיק של השנה



הסיפור שלנו בפרטנר



פרטנר EVP 2024

חברה שרואה ודואגת לאנשים

- אכפת מהעובדים
- מורשת ותרבות שרואה אנשים
- הערכה מצד המנהלים
- מעטפת של רווחה והטבות
- ההנהלה מקדמת דיאלוג פתוח ותקשורת ישירה
- גיוון תעסוקתי
- פועלים בקהילה
- חברה ערכית שמביאה ערכים שוויון וגיוון
- חברה ומנהלים המערכים מיומנויות רכות כמו רגישות, הכלה, הקשבה וכדומה



להתקדם ולהתפתח עכשיו

- להתפתח, ללמוד ולהתקדם בכל תחום עיסוק
- תחומי עיסוק רבים שכל הזמן מתחדשים
- אפשרויות ניווד רבות
- בית ספר לניהול ומנהלים
- מי שטוב ומשקיע, כל האפשרויות פתוחות בפניו
- מאמינים בפוטנציאל של העובדים, מעדיפים לקדם מבפנים
- רוב המנהלים צמחו מלמטה
- הזדמנויות לאנשים בתחילת הדרך
- מנהלים מובילים בשוק צמחו בפרטנר



להיות חלק מחברה מצליחה

- חברה גדולה, חזקה ויציבה
- מוניטין מצוין: מותג שאנשים מכירים ואוהבים
- יותר מ-3 מיליון לקוחות
- חברה שמתפתחת לתחומי עשייה חדשים
- יש הנהלה חדשה שבאה לקחת את החברה קדימה
- מנכ"ל מעורר השראה שהוא גם הבעלים
- חברת התקשורת שהכי טוב לעבוד בה



סרטון מיתוג המעסיק של השנה



הרקע לסרטון:

בשנה החולפת, גיבשנו מחדש את אסטרטגיית מיתוג המעסיק שלנו בפרטנר. באמצעות דיאלוג מעמיק עם עובדים ומנהלים, זיהינו את נקודת החוזק המרכזית שלנו: יכולתנו להעניק כלים לפיתוח קריירה ולטפח את צמיחתם המתמדת של עובדינו בתוך החברה, להיות חלק מחברה מצליחה ומתקדמת וחברה שדואגת לאנשים.

לינק לסרטון:



אינסטגרם:

https://www.instagram.com/reel/C_-_A0ICQjn/?igsh=MTF6NzRtYXpwaW9vaQ



פייסבוק:

<https://www.facebook.com/share/v/BYdwQiKAbbwC17WX/>



Hello My Future

מטרת הסרטון

מטרת הסרטון היא להראות את מסלול הקריירה וההתקדמות בפרטנר, דרך הסיפור של שרי שנפגשת עם הגרסה העתידית שלה. דרך דמותה, הצופים נחשפים להזדמנויות לפיתוח אישי, התקדמות והקשרים שנבנים לאורך הדרך. במהלך הסרטון רואים גם עובדים נוספים שצמחו והפכו למנהלים. המסר "Hello my future" מדגיש את החיבור לערכים של פרטנר – צמיחה אישית וחדשנות, כשהחדשנות לא רק מתבטאת בטכנולוגיות, אלא גם בהזדמנויות הייחודיות שמוענקות לעובדים להתפתח בתוך החברה.



האתגרים

- אחד האתגרים המשמעותיים שעמדנו בפניו היה התזמון והרגישות הנדרשת ביצירת סרטון מיתוג מעסיק בתקופת מלחמה. היינו צריכים לאזן בין הצורך להמשיך בפעילות השוטפת של החברה, כולל גיוס ושימור עובדים, לבין הרגישות למצב הלאומי והאישי של רבים מעובדינו ולקוחותינו, הצילומים כמובן נדחו מספר פעמים וגם החשיבה על מתי להוציא אותו לאור המצב
- שאלנו את עצמינו מי קהל היעד שלנו, האם הסרטון פונה לקהל הצעיר בפרטנר (המוקדים) או לקהל הבוגר יותר (תפקידי המטה) ואיך נדייק את הסרטון לקהל המתאים
- אתגר נוסף בפיצוח התסריט – איך מציגים עתיד שלא ייתפס כמסע בדיוני ובעצם כל אחד ואחת יוכלו להתחבר אליו



הפצת הסרטון

את הסרטון הפצנו בעמודי הפייסבוק והאינסטגרם והטיקטוק למיתוג מעסיק שלנו (we are partners) ובעמוד הלינקדאין של החברה.

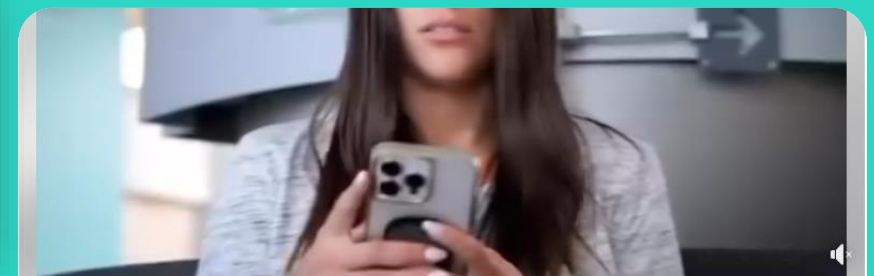
במקביל חלק גדול כ-80 עובדים שיתפו אותו אצלם ברשתות כולל נבחרת השגרירים.

בנוסף עשינו הפצה גם חיצונית

1. קבוצת וואטסאפ גיוס - הפצנו לינק לסרטון בקבוצות ווצאפ רלוונטיות בעולמות ה- HR

2. העלנו לינק לקבוצה סגורה בפייסבוק של כל בוגרי פרטנר לדורותיהם וביקשנו לתייג את המנהל/ת שהכי השפיעו עליכם. (ממליצה להיכנס לפוסט ולראות את התגובות)

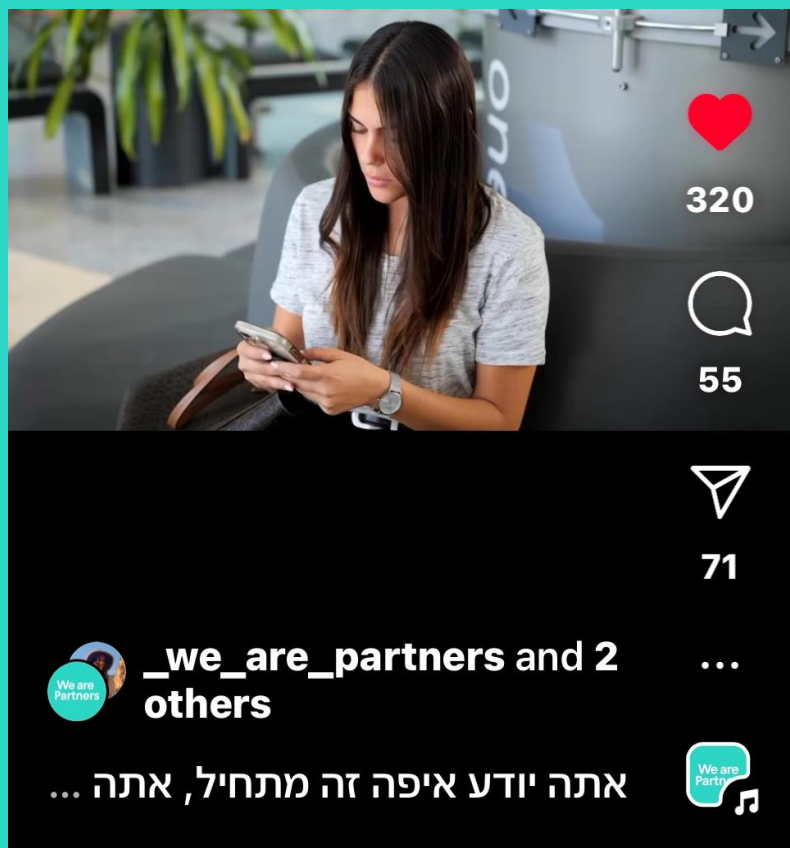
<https://fb.watch/uKMZMoq4kS/>



Hello My Future

התוצאות

- כבר בשעות הראשונות הגענו לחשיפה של יותר מ - K10 אורגנית
- החשיפה כאמור גדלה משמעותית המספרים הם K120 חשיפות בפייסבוק K247 באינסטגרם
- בעקבות החשיפה של הסרטון קיבלנו פניות בעמוד לגבי משרות ונוצר באז חיובי מאד פנימה והחוצה



מידע מעניין נוסף על הסרטון

- בסרטון משתתפות תאומות (שרי ועדי זגורי) מה שהקל עלינו את העריכה של ההווה והעתיד
- הסרטון עבר הרבה סבבי עריכה בכדי לנסות ולדייק את המשוואה הנכונה בין הזמן (כולנו יודעים שלצופים אין הרבה סבלנות לסרטונים ארוכים) אבל עדיין לא לפגוע במסר – אנחנו חושבות שאם יש לך מסר חזק הוא יעבור טוב גם בסרטון טיפה יותר ארוך מהרגיל
- הסרטון צולם במשרדי פרטנר בראש העין

