

מיתוג מעסיק יותר באסטרטגיה

המתכון למיתוג מעסיק מנצח

לקחנו את הערכים המובילים של הארגון, יחד עם האסטרטגיה השיווקית של המותג, ערבבנו היטב, שילבנו אותן זו בזו והקמנו מיתוג מעסיק יצירתי, חדשני ופורץ דרך.

איך זה התחיל?



ביטוח ישר באה לעולם לפני 30 שנה בהבטחה פורצת דרך, שטמונה כבר בשמה – ביטוח ללא תיווך סוכן. הלקוח מתנהל ישירות מולנו ואנחנו ישירות מולו.

מאז קמו חברות רבות שאימצו את השיטה, אנחנו המשכנו במשך כל השנים להביא בשורות חדשניות שלא היו קודם בעולם הביטוח וזה היה הקו המנחה שלנו מאז ומעולם – גם כמעסיק.

למעלה מעשור שאנחנו ממוקמים בעשירייה הפותחת של דירוג BDI ל-100 החברות שהכי טוב לעבוד בהן. השנה שמרנו על דירוגנו במקום ה-6 ועל המקום ה-1 בענף הפיננסים.

ולא פחות חשוב, אנחנו החברה הראשונה בדירוג שאינה חברת הייטקס. כל זה בזכות DNA ייחודי אשר שם את העובד במרכז יחד עם סביבת עבודה פתוחה וישירה, שבה העובדים מרגישים שהם חלק בלתי נפרד מההצלחות, הערכים ותרבות החברה.

גישה זו הוכיחה את עצמה לאורך שנים כמדגישה את מחויבותם של העובדים להצלחת החברה. אז ברור שגם במיתוג מעסיק נמשיך על אותו קו ישר.

אבל רגע לפני שניגע באסטרטגיית מיתוג המעסיק שלנו, חשוב להבין מה מוביל ליצירת המחוברות והמחויבות של עובדינו.

קחו לכם איזו כוס קפה כי הסיבות רבות (:



https://www.instagram.com/reel/C_dH-CyCp74C/?igsh=Y2NwZmwxeXNwZGZs



אז מה כל-כך מיוחד בתרבות הארגונית שלנו?

בכל החלטה, אנחנו שמים את העובד בראש סדר העדיפויות. בהובלת ערכים אלה:

אכפתיות

אנחנו מאמינים שהמשאב האנושי מהווה את העוצמה המשמעותית ביותר ואת המפתח להצלחתה, לחוסנה וצמיחתה.

החברה מתייחסת בכבוד וברגישות לעובדיה ומעורבות אמיתית, מתוך אמונה כי תחושת שייכות והקשבה הם הבסיס לכל מערכת יחסים.

גם בגיוון והכלה, כחברה גדולה ומובילה, המציעה את שירותיה לכל החברה הישראלית, עלינו ליצור פסיפס אנושי מגוון של עובדים על מנת לקדם יעילות וחשיבה יצירתית לטובת האווירה בסביבת העבודה ולטובת לקוחותינו. ולכן, אנחנו משקיעים משאבים ומאמצים רבים על מנת לייצר סביבת עבודה מגוונת המקדמת שוויון הזדמנויות לכולם!

מלבד הצעדים הרבים שאנחנו מבצעים בתחום ע"י שת"פים עם ארגונים חברתיים שונים לשם קידום סביבה רב-תרבותית, אנחנו מאפשרים שוויון הזדמנויות לעובדינו בשלבים השונים של חייהם האישיים. לדוגמא, הקידום בחברה מתבסס על כישורים נטו ולא על בסיס מגדר או מצב אישי/משפחתי.

לא פעם קידמנו נשים בחודשי הריון מתקדמים לתפקידי ניהול רגע לפני יציאה לחל"ד - כי הן הכי התאימו לתפקיד.

דוגמא נוספת - אנחנו מטווים לכל עובד אופק קריירה. אם זה ע"י איש 85% מהמשרות באמצעות קידומים פנימיים, או ע"י השתלמויות, ואופק ניהולי למתאימים.

העובדים שלנו מפתחים קריירה של ממש בתוך הארגון. לא מעט מבעלי התפקידים הבכירים בחברה - התחילו במוקדי השירות והמכירה שלנו. זה אומר הכל.

שותפות, הוגנות ושקיפות

אנחנו מעודדים שיח כן וגניש בין העובדים, מנהליהם והנהלת החברה באווירה תומכת ומוקירה. אנחנו מאמינים שדיאלוג פתוח ושקיפות מלאה עם העובדים וסביבתם - הם הבסיס להשגת כל המטרות והצלחת החברה. כמו כן, חרטנו על דגלנו את השקיפות כמרכיב מרכזי ביצירת אמון הדדי ויושר במסגרת בניית מערכת היחסים עם עובדינו.

אנחנו דוגלים במדיניות של דלת פתוחה. ולא כקלישאה אלא דלת פתוחה על אמת, פיזית. כן, גם אצל המנכ"ל (אגב הדלתות שלנו פתוחות גם בתחום הקריירה).





אחת לחודש מתקיים מפגש שולחן עגול שנקרא אצלנו "שיח ישיר". המפגש הוא הזדמנות להציף כל נושא שיושב על ליבם של העובדים – מאופי העבודה, דרך סביבת העבודה, עד לתנאי ההעסקה.

בנוסף, המנכ"ל משקף לעובדים אחת לחודש את הנעשה בחברה ואת ביצועיה העסקיים באמצעות

תקשור חודשי מעוצב, נגיש וברור.

אחת לרבעון, המנכ"ל מכנס ישיבות זום מיוחדות כדי להנגיש לכל העובדים את הדוחות הכספיים, כבר באותו היום שפורסמו לציבור.

אגב, לכל ישיבה כזו, מצטרפים בעלי תפקידי מפתח בחברה כאורחים מיוחדים ומשתפים על החלק שלהם בתוצאות הכספיות שאותן המנכ"ל הציג.

הפעולות האלה הוכיחו עצמן כמחברות את העובדים לשטח ולנעשה בחברה, מאפשרת להם להבין את התמונה הרחבה ומה היה החלק של כל אחד מהם לתוצאות המוצגות על-ידי המנכ"ל.

העובדים שלנו הם השותפים שלנו. גם בתרומה לקהילה!



כחלק מחזון האחריות החברתית והאסטרטגיה של החברה, אנחנו רואים חשיבות בהשתתפות עובדים בפעילויות התנדבות ומשלבים אותם באופן אפקטיבי.

החברה משקפת לעובדיה את הצרכים והאתגרים העומדים בפני הקהילות, עמותות וגופים שונים ומטמיעה את החשיבות בקרב העובדים.

אנו מאפשרים לעובדים להתנדב בשעות ובזמן העבודה, מקצים משאבים ותומכים, מתקשרים על פעילויות והתרומה של העובדים לקהילה באמצעות תקשורים פנימיים וחיצוניים.

לא סתם אנחנו כל שנה מדורגים בקטגוריה הגבוהה ביותר פלטינה + במדד מעלה לאחריות תאגידית.

ועדת מלגות

יש מנגנון שאנחנו גאים בו מאוד – אחת לרבעון מתקיימת ועדת מלגות שמטרתה לסייע לעובדים שצריכים סיוע כלכלי למטרות אישיות ואף משפחתיות. עובד שזכאי מתבקש להעביר את רוח ההתנדבות הלאה באמצעות 55 שעות התנדבות בקהילה.

בשנה האחרונה הענקנו לעובדים סיוע כלכלי בהיקף של כחצי מיליון ₪ ללא כל תמורה מלבד התנדבות בקהילה.





בזכות כל זה, לימי המלחמה הגענו מתורגלים, מוכנים ונחושים לתרום לקהילה מכל כיוון אפשרי

הגענו לשיעור של 100% התנדבות בקרב העובדים!

אין עובד שלא לקח חלק בפעילות התנדבות אחת לפחות במהלך השנה האחרונה. במשך שבועות ארוכים הקמנו פס מיוחד להכנת כמות פסיכית של כריכים לחיילים, בצירוף ציורים וברכות של ילדי העובדים, אימצנו את קיבוץ ניר עוז בסיוע לשיקומו, נציגנו פנו באופן יזום לכל תושבי קווי העימות המבוטחים בחברתנו, בהבטחה שאנחנו לצידם בכל צורך או חוסר, פתחנו את הכיס לצורך רכישת ציוד לחיילים, ובמסגרת פעילות התנדבותית חוצת ארגון, בנינו ספסלי אחסון למקלטים ולממדי"ם של תושבי הצפון והדרום ועוד ועוד... ובכל זה העובדים היו שותפים מלאים ורצו עוד מזה. עד כדי כך שהם בעצמם הרימו יוזמות מטורפות ע"ח זמנם החופשי בערבים ובסופ"שים – בישול לחיילים ושינוע לבסיסים ברכבם בפרטי או ברכבי חברה שהקצנו לשם כך.

לצערנו, גם חברת ביטוח ישיר נכנסה למעגל השכול, 2 עובדים נרצחו במסיבת הנובה ועובד שנפל בקרבות בעזה. היה לנו ברור כי המשפחות שלהם ימשיכו להיות השותפים שלנו לעד, ליווינו ותמכנו ועודנו עושים זאת, לקחנו על עצמנו את הנצחתם בכל דרך אפשרית.

https://www.instagram.com/p/C_0OLJmMzn8/?igsh=MW52bmt0am0xZjJveQ%3D%3D

<https://www.instagram.com/p/DA03RObtJr1/?igsh=dHVteW96cnRqa3Fk>

https://www.instagram.com/p/C64PDmhMGE8/?igsh=MXF6eHhnNTJhNnM2ZQ%3D%3D&img_index=1

לא שכחנו גם את **200 עובדי החברה שהתגייסו למילואים** שקיבלו ומקבלים מעטפת מלאה מאיתנו ע"י הקצאת איש קשר ישיר להם ולבני משפחותיהם מטעם משאבי אנוש, שנשאר איתם בקשר צמוד, שואל לשלומם מעת לעת ומזכיר שלכל צורך – אנחנו פה. לא פעם סייענו לעובד מגויס או למשפחתו בנושאים שונים, עזרה בכלכלת ומשימות הבית לבני הזוג שנשארו לבדם בבית, רכישת ציוד לעובדים שלנו שבמילואים, וכמובן תמכנו בהטבות שונות המאפשרות איזון בית עבודה וליווי מלא ותומך גם עם גורמים מקצועיים, עם חזרתם אלינו. איך לא, גם פה העובדים שותפים מלאים ומגבים בעבודה את חבריהם שבמילואים באופן מלא וללא תלונות, תוך כדי שהם שולחים להם ים אהבה.



הקפה נגמר? אז קחו לכם משהו לנשנש כי אתם הולכים להישאר פעורי פה...

כשעובדים עם שותפים על מלא, חשוב לנו לפרגן להם **בהטבות ייחודיות** שיהוו מעטפת מלאה לכל שלבי ותחומי החיים של העובדים שלנו:

יותר למשפחה

קייטנת קיץ לילדי העובדים, אירוע משפחות שנתי בלונה פארק, יום כיף לעולים לכיתה א', מתנות כספיות + ימי חופשה על כל אירוע משפחתי משמח (חתונה/לידה/בר.בת מצווה)

יותר באיזון בית משפחה

עבודה מהבית פעמיים בשבוע (אנחנו החלוצים בתחום, שנים לפני שזה נהיה קול בקורונה), שבוע עבודה מקוצר בן 4.5 ימים בחודשי הקיץ (כן כן, אין כמו לסגור את השבוע ב-12, ללכת לים ולקבל על זה שכר כרגיל), אפשרות להביא את הכלב למשרד

יותר להורים

תוספת ימי חופשה להורים לילדים, משרת הורים כבר משלב ההריון (עם שכר של משרה מלאה), הטבות לנשים שחוזרות מחופשת לידה כדי לאפשר זאת באופן הדרגתי ועוד

יותר שמח בימי הולדת

יום חופש על חשבוננו כדי שיוכלו לחגוג כמו שצריך ועובדים ותיקים אצלנו נהנים פי 7, אחרי 7 שנות ותק- עובדים זכאים לשבוע חופש על חשבוננו.

יותר ספורטיביים

קבוצת ריצה, כדורשת נשים וכדורגל בהובלת מאמנים מקצועיים

יותר פיתוח אישי ומקצועי

תכנית המאפשרת לעובדים לבחור במסלולי קריירה מקצועיים – 85% מהקידומים שלנו הם מבפנים, תוכנית העשרה ופיתוח אישי לבחירת העובד.

יותר במוצרי החברה

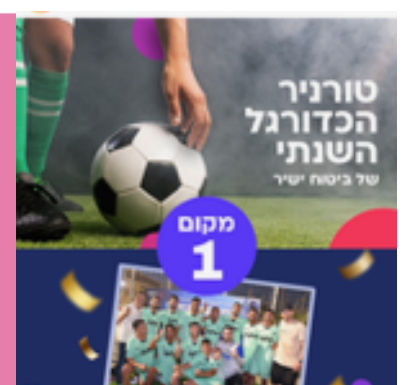
הנחות מוגדלות ברכישת מוצרי הביטוח של החברה וטיפול VIP מועדף בתביעות – לעובדים ולבני משפחתם. כולל הצטרפות אוטומטית למועדון ישיר – מועדון הלקוחות הראשון בקרב חברות הביטוח המעניק הטבות רבות ומגוונות

יותר בחו"ל

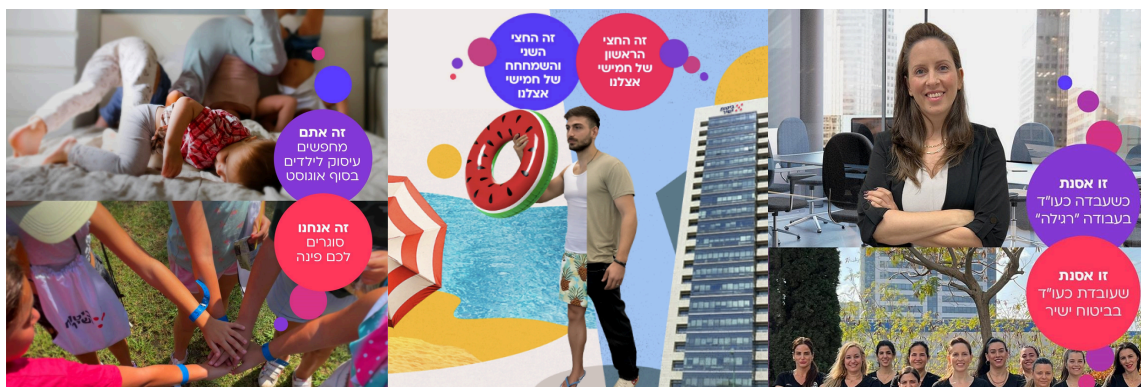
נופש חברה שנתי ביעדים הכי שווים בחו"ל לכולם, נופש שנתי ל-100 מצטיינים בחו"ל

יותר בסגירת פינות

שירות החזרת דואר, שירותי כביסה מסובסדים, שירותי בדיקות רפואיות במשרדי החברה כגון עור, שד, ראייה



העמודים שלנו ברשתות החברתיות



אז איך כל זה מתחבר למיתוג מעסיק מנצח ופורץ גבולות?

כחברה צעירה עם כ-1800 עובדים בגיל ממוצע של 32 שנים, וצורך בלמעלה מ-600 גיוסים בשנה, ברור לנו שמיתוג מעסיק חדשני, מקורי ובולט - יכול לשנות את כללי המשחק ולהפוך לערוץ הגיוס המרכזי. לפני כשנתיים הרגשנו שאנחנו צריכים להוציא את הסיפור שלנו החוצה ויצאנו לדרך עם ההחלטה להשיק מיתוג מעסיק משלנו, בזמנים ובעולם בו כבר הפך להיות שכיח והכרחי.

עם האתגרים שנוצרו והתרבו בעולם הגיוס, במיוחד מאז ימי הקורונה, היינו הראשונים להעז ולזנוח קמפייני גיוס גנריים בסגנון "מחפשים עבודה בסביבה צעירה ודינאמית? מחפשים עבודה עם שכר גבוה? בואו לעבוד אצלנו!" שנבלעים בין כל קמפייני הגיוס ברשתות והופכים לפחות אטרקטיביים.

כי זה כבר ברור - בעידן בו יש עומס מידע ברשתות החברתיות, אנחנו חייבים לייצר את הבולטות והשונות בפני מועמד המחפש עבודה - שיבין שלעבוד בביתו של ישר זה הדבר הכי טוב עבורו. ומכאן מטרת העל של מיתוג המעסיק שלנו - למצב את הארגון כיוצא דופן, מוביל וחדשני בקרב העובדים והמועמדים כאחד.

עם הקמת הנכסים הדיגיטליים, יצאנו בקול קורא לזיהוי שגרירים פוטנציאליים שיקחו חלק בבניית התוכן ברשתות שלנו.

הדגש שהוביל אותנו היה יצירת סינרגיה בכל אגפי החברה, ביצירת קבוצות הטרוגניות, בגילים שונים ובעלי חוזקות - כל עובד בתחומו.

רק מעצם הפניה אל העובדים, למדנו הדבר החשוב ביותר - הם צמאים להשמיע את קולם. קיבלנו עשרות פניות עם רצון לקחת חלק, ובביקור בעמודים שלהם ברשתות מצאנו שממש מתחת לאף שלנו, עובדים אצלנו כוכבי רשת של ממש, עם ים של כישורים בתחומים רבים - צילום, עריכה, קופי וכו'.

לא נשתמש בזה? באארו שכן!

עכשיו כשכבר יש לנו נבחרת שגרירים חזקה, סיפרנו להם על הערך למותג ולעצמם, שאלנו מה לדעתם גורם לצעירים אחרי צבא לבחור מקום עבודה והשיח המפרה הוביל למספר רעיונות ומהלכים שפתחו לנו את הראש ומיקדו אותנו לתפיסה ברורה אחת - כולם רוצים לעבוד בסביבה בה יש אנשים שדומים להם, שידברו אליהם בגובה העיניים וללא פורמליות שמאפיינת חברות רבות בשוק.



אחלה של שגירים יש לנו עכשיו. אבל איך חיברנו את העובדים לעמודי המיתוג שלנו? דיברנו אליהם קודם כל. לפני שדיברנו למועמדים.

עטפנו את הכל בויז'ואל שמוכר להם מהתקשורת הפנים ארגונית, השתמשנו במונחים מהאסטרטגיה השיווקית של ביטוח ישיר, כתבנו את התוכן באותנטיות וישירות ברמה ברורה של המסרים שמועברים – והם מיד הרגישו בבית. היום העובדים מכירים את החשיבות ומשמעות פעילות הסושיאל שלנו וזה ניכר בעיקר במעורבות שלהם וברצון להיות הנושא בפוסט הבא.

הפעילות בעמודים סוחפת את העובדים ותורמת להם היכרות על כלל אגפי החברה ותפקידם בכוח, אירועי ופעילויות החברה לאורך השנה, התרומה לקהילה, הערך המוסף בפעילות החברה, יוזמות של עובדים שקיבלו הכרה פומבית והחוויה האישית של העובדים.

השפה שבנינו בעמודי הסושיאל התחברה לערכים ולמסרים שביטוח ישיר דוגלת בהם.

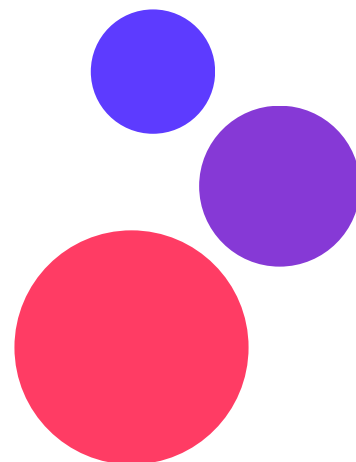
זה היה האתגר שאיתו יצאנו לדרך והפך להישג הגדול ביותר של עמודי המיתוג שלנו. ניתן לזהות את התרבות הארגונית שלנו כבר מגלילה ראשונית בעמודים שלנו – עקביות שיוצרת אצל העובדים והמועמדים חיבוק רגשי ואמון. ממש כמו שיום עבודה שגרתי נראה כאן.

בפינת הקריירה העובדים רואים את עצמם או את מה שהם שואפים להיות, את סיפורי ההצלחה שלהם תחת מעטפת של קשר אישי ותרבות ארגונית מפרגנת ומעצימה. והפינה זוכה לנתוני חשיפה ומעורבות גבוהים מאוד:





פוסטים שעלו שנוגעים לסיפורי הצלחה של החברה ושל העובדים ומעוררים תחושת גאווה על-ידי העובדים:





זה ניב
מתגעגע
לביטוח ישיר

זה אנחנו
שמחים
שניב חזר

זה בא לידי ביטוי עם תוצאות מהחלומות:

- שמירה על מיצבנו כחברה מובילה המדורגת במקום ה-6 בסקר BDI
- עלייה של 18% אחוז הגשת מועמדויות
- שימור עובדים וירידה ב-8% באחוז העזיבות אל מול 2023
- עלייה משמעותית בבקשות של עובדים שעזבו לחזור לחברה
- מעורבות עובדים מאוד גבוהה ברשתות בנכסים הדיגיטליים שלנו
- (הסטורי כל הזמן פעיל בתכנים שעובדים מעלים).