

מועמדות

ש.ל.ה שירותי רפואה

מיתוג מעסיק

2024

כללית
אסתטיקה

כללית
סמייל

כללית
רפואה משלימה

פלוס גדול לבריאות
ש.ל.ה
שירותי רפואה בע"מ
מקבוצת כללית

מגישות:

הילה שטרלינג מנהלת יחידת גיוס ומיון

טל אמסלם מיתוג מעסיק



2024



לקטגוריות

✚ עמוד הקריירה המוביל של השנה
✚ מהלך מיתוג המעסיק המוביל של השנה
✚ החברה בעלת מיתוג המעסיק המוביל של ישראל



2024

עמוד הקריירה

2024

כללית
אסתטיקה
כללית
סמיל
כללית
רפואה משלימה

כלום גדול לבריאות
ש.ל.ה
שירותי רפואה בע"מ
מקבוצת כללית



לעבוד בש.ל.ה - פלוס גדול לקריירה

עמוד קריירה הוא חלון הראווה הדיגיטלי של החברה כמעסיק, כחלק מתהליך מיתוג מעסיק, ביצענו עיצוב מחדש של העמוד שלנו בדגש על שינוי הנראות שלנו ברשתות החברתיות, כאשר המטרה העיקרית היא אטרקטיביות.

לינק לעמוד הקריירה: [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/@SHILAJOBS/?MIBEXTID=LQQJ4D](https://www.facebook.com/@shilajobs/?mibextid=LQQJ4D)



לעבוד בשלה - פלוס גדול לקריירה

3.1K עוקבים • 33 לייקים

לעבוד בש.ל.ה

... פרסם הצגת לוח הבקרה

לעבוד בשלה - פלוס גדול לקריירה
פורסם על ידי טל אמסלם
22 בספט' • 22

הידעת? היום הוא יום נשות העסקים! 🙌👩🏻
וכמובן שנצל כל הזדמנות כדי להעצים את המנהיגות המדהימות שלנו 😊 עוד...



הצגת נתוני השימוש והמודעות קידום פוסט

9 תגובות 9 שיתופים את/ה ו-40 נוספים

לייק שיתוף שליחה הוספת תגובה

דף הבית לוח בקרה מתקדם תפריט התראות

הרצון בהתחלת תהליך מיתוג מעסיק בחברה נבע בעיקר מהבנת הצורך שלנו כארגון להתאים את עצמנו לשוק הקיים, להיות כמה שיותר אטרקטיביים ולקידום הנראות והתמיסה של החברה בחוץ

כתוצאה מכך בחרנו לבצע שינוי בנראות העמוד שלנו ואופן תקשור המסרים שלנו

הקהילה שלנו ממשיכה לצמוח ולשגשג ומונה היום כ- 3.1K עוקבים מסקטורים מגוונים: רפואה משלימה, רפואה אסתטית ורפואה דנטלית.

בחרנו להציג בעמוד שלנו כוסטים מגוונים שמתבססים על אותנטיות, הבלטת הערכים המרכזיים שלנו כחברה וכניה לרגש.

בין הכוסטים שלנו תמצאו מגוון תכנים: סיפורי הצלחה, הזדמנויות קריירה, סרטונים, אירועים, תכנים מקצועיים ועוד - תמיד בדגש על שימת העובדים שלנו בכרונט.

העיצוב החדש מציג את הלוגו החדש שלנו "פלוס גדול לקריירה" אשר משקף את התרבות הארגונית, מדגיש את היתרונות והפלוסים שלנו ומתחבר ללוגו של ש.ל.ה.

חלק מהדרך להפוך לחברה יותר אטרקטיבית טמון בהתמדה. ולכן אנו מקפידים להעלות מידי שבוע כוסטים רלוונטיים ומושכים.

כוסט "זרקור על"
על אחת מהעובדות
שלנו



כוסט בנוגע לקידום
וכיתח הקריירה דרך
החברה



כוסט "ימים מיוחדים"
ליום האהבה על משהו
אחד שהעובדים שלנו
מאוהבים בו בעבודה שלהם

קהל היעד שלנו בפורסטים מורכב ממועמדים חדשים ודינמיים
בתחילת דרכם המקצועית, אנשי מקצוע מנוסים המחפשים
אתגר חדש, בוגרים חדשים בתחומים הנדרשים וכמובן שגם
העובדים שלנו.



אסטרטגיית התוכן שלנו מבוססת על שקיפות, אותנטיות, גובה
העיניים, העובד בפרונט, חדשנות, מעורבות בכנסים ואירועים,
מקצועיות ושימוש מגוון בפורמטים של התכנים: סרטונים/
תמונות/ טקסטים וכו'.



מהרגע שהתחלנו לבצע את השינוי בעמוד ניתן לראות עליה
בכמות העוקבים שלנו, בין אם פנים אירגוני וחיצוני. העמוד
ברובו נועד לקידום הגיוס והנראות שלנו ברשתות החברתיות
ובאמת נוצר גידול בגיוסים שלנו דרך העמוד קריירה.



האחראית על ניהול העמוד היא הילה שטרלינג מנהלת מחלקת
הגיוס והמיון יחד עם טל אמסלם רכזת גיוס שמונתה לאחריות
תחזוקו. בין היתר אנו משתמשים בקידום ממומן המאפשר לנו
להגיע לקהלים חדשים ולחזק את המיצוב שלנו כמעסיק מוביל
ואטרקטיבי בשוק.



מהלך מיתוג המעסיק

2024

כללית
אסתטיקה

כללית
סמייל

כללית
רפואה משלימה

פלוס גדול לבריאות
ש.ל.ה
שירותי רפואה בע"מ
מקבוצת כללית



קצת על מהלך מיתוג המעסיק שלנו..

מהלך מיתוג מעסיק הוא מורכב ורב שלבי, כאשר עיקר העבודה מתבצעת תחילה בתוך הארגון, טרם הרצתו בחוץ. לכן, בתחילת התהליך, פנינו לגורם המכיר את הארגון באופן המעמיק ואותנטי ביותר – העובדים שלנו. מנקודה זו החל המהלך כולו להתגבש.



+ דבר ראשון בתהליך הוא הצבת יעדים ומטרות, לאחר שגיבשנו את זה התחלנו במהלך עצמו.

+ התחלנו בקיום שולחנות עגולים עם כל הסקטורים והתפקידים בחברה על מנת להבין את נקודת המבט האותנטית שלהם על הארגון מבפנים.

+ לאחר מכן גיבשנו את כל המידע שבידינו וקיבלנו את ה EVP של החברה עליהם הולך להישען רוב המהלך.

+ אחרי גיבוש ה EVP שלנו ביצענו החלפה של סלוגן בהתאם לממצאים ובשיתוף יחד עם כל עובדי החברה – "פלוס גדול לקריירה". והתחלנו כמובן להחיות את עמוד הקריירה שלנו

+ המטרה העיקרית הייתה להציג את החברה כמקום עבודה צעיר, מושך ורלוונטי לדור העובדים החדש ודרך זאת למשוך כישורונות צעירים, אנשים בעלי ניסיון, חיזוק תחושת הגאווה והמחויבות של העובדים שלנו ושיפור התפיסה החיצונית של החברה כמקום עבודה חדשני, צעיר, מתקדם ומפתח.

+ מעבר להעלאת פוסטים, חלק מהמהלך שלנו כולל בתוכו חיבור לקהילות – וובינרים, בלוגים, פרופסוריות מקצועיות, כנסים, אירועים, נבחרת שגרירים, קידום חמ"ח, הגברת מחויבות אירוגנית ועוד..

EVP

ה EVP הוא פרט חשוב מאוד בתהליך מיתוג מעסיק, בזכותו ניתן להבין איך אני יכולה לבדל את החברה שלי ולבלוט מול מקומות עבודה אחרים. התחלנו את כיתוח ה EVP שלנו בשולחנות עגולים עם העובדים שלנו ולאחר מכן גיבשנו את כל המידע שקיבלנו ל 4 ערכים עיקריים.



1 היציבות, הביטחון התעסוקתי,
ה"יתרון לגודל" והאפשרות
לשלב עבודות



2 האנשים: אווירה
משכחתית, כיפית ונעימה
במרחאות



3 התמקצעות, צבירת ניסיון
ותחושת שליחות



4 המעטפת: כל התנאים
הדרושים : מעטפת אישית
ומקצועית

פיצוח הסלוגן

לאחר הבנת ה EVP לנו, התחלנו לחשוב על בחירת סלוגן חדש שאיתו נרוץ לאורך כל תהליך מיתוג המעסיק. היה חשוב לנו שהסלוגן ישקף בצורה הטובה ביותר את תחושת העובדים ולכן, איפשרנו לעובדים להיות חלק מההחלטה גם של הסלוגן וגם של השפה הגרפית. בכך, אנו יוצרים מחברות אירגונית של העובדים ומבטיחים שיתוף פעולה עתידי.

1 "כלוס גדול לקריירה"

1

שלחנו לכלל עובדי החברה סקר בו הם היו צריכים לבחור גם את הסלוגן המנצח וגם את השפה העיצובית איתה אנחנו נתקדם.

2 "חיוך שאומר הכל"

2

ארבעת האופציות עלו דרך ה EVP ולכן מאחורי כל אחד מהם עומדת מחשבה יותר מעמיקה מ "סתם סלוגן".

3 "שליחות עם חיוך"

3

"כלוס גדול לקריירה" - מדגיש יתרון, כלוס ידע, כלוס תנאים, כלוס מעטפת, כלוס משרות נוספות ומתחבר ללוגו של ש.ל.ה.

4 "הבית המקצועי שלך"

4

"חיוך שאומר הכל" ו "שליחות עם חיוך" - לבוא לעבודה עם חיוך, לחייך למטופלים, החיוך שלהם, מתחבר לסמייל באופן ישיר וקשור גם ליתר המותגים.

"הבית המקצועי שלך" - משלב בין תחושת הבית במרחאות לבין המקצועיות, מתחבר לתחושת ה "חיבוק" שהעובדים טענו שמרגישים, בית = מקום בטוח.

"ברוב קולות נבחר הסלוגן "כלוס גדול לקריירה", אותו אנו ממננים ומטמיעים לאורך כל התהליך של מיתוג המעסיק ונמשיך גם אחריו.

"מבחינת השפה הגרפית העובדים בחרו בגרפיקה הצעירה יותר שניתן לראות כאן.

כלוס גדול לקריירה

קיבלת רישיון שיננית? יש לך סיבה טובה לחייך

תהני מכל הפלוסים האפשריים וגם ממלגת לימודים על סך 20,000 ₪

- פלוס גדול לשכר:** מלגת לימודים על סך 20,000 ₪
- פלוס גדול למקצועיות:** השכלה בואת מקצוע/ עם הפנ לבית הספר, פגישות פרטיות ואני סימולציות עבודה עם מנטור
- פלוס גדול לנחישות:** אימונים לראשיתך במסדרה מלאה או חלקית באחת מ-100 מרפאות ברחבי ישראל
- פלוס גדול לחיפוק:** מלגת 3,500 ₪ עובדת עובדי כללית ספיר לא ספיר, 10 חודשים של לחיפוק במרפאות ואחרי כל מועמדת לרישוי ממומנת על כללית
- מסעפת מחברת:** שכוללת גם תנאים שפואלים גבוהים, גם הכנסה וגם מעטפת מקצועית במרפאות (כמו ניהול לקוחות, ניהול עבודה)

צרי קשר עוד היום עם הילר, מנהלת הרישוי
טל: 054-495-1102
Hilster@clalit.org.il



מי לקח חלק במהלך?

נשכחנו לבצע את התהליך של מיתוג המעסיק היה לנו ברור שחשוב לנו לשמור על האותנטיות. לקחנו ליווי של ספק חיצוני לתחילת התהליך ומהר מאוד התהליך התפתח והפך לכרויקט אירגוני מקיף בו כלל הארגון לוקח חלק. מהמנכ"ל וההנהלה הבכירה ועד אחרון העובדים.



בתמיכה מלאה של ההנהלה שלם כולם קיבלו את האפשרות לקחת חלק בתהליך של מיתוג המעסיק.

בין אם בהשתתפות בצילומי תדמית, כשגרירי החברה, העשרת התוכן לרשתות החברתיות, השתתפות בכנסים, שימוש באתר חבר מביא חבר ובאופן כללי שיתוף ואהדה ברשתות החברתיות, כל עובד יכול לבחור את הדרך בה יקח חלק.



בעוד השפה הגרפית גובשה בשיתוף עם סטודיו חיצוני, הניהול השוטף, עיצוב התכנים והכוסטים והוצאתם לפועל מתבצעים כולם IN-HOUSE.

תוכלו לראות בתמונות משמאל פוסטים שמציגים את המעורבות של העובדים שלנו בתהליך מיתוג המעסיק כחלק מהיום יום.



נבחרת שגרירים

כחלק מההחלטה לאפשר לעובדים שלנו להשתלב בצמתים שונים בתהליך מיתוג המעסיק, נולד הרעיון להקים את "נבחרת השגרירים של ש.ל.ה". השגרירים מורכבים מכלל הסקטורים והמותגים השונים בארגון, המייצגים את המגוון והעושר המקצועי שלנו. כל שגריר מביא איתו את הניסיון והפרספקטיבה הייחודית מתחום התמחותו, ויחד הם יוצרים תמונה שלמה של הערכים והחוזקות של הארגון.



הכחנו את הבשורה בקרב כלל עובדי החברה, מי שהיה מעוניין להצטרף נרשם והתחלנו את הנבחרת שלנו עם כמעט כ- 50 עובדים מכל הסוגים.

בשביל שנבחרת השגרירים תהיה בתיאום עם החזון של התהליך בחרנו להעניק להם סדנאות מעשיות שיעניקו להם כלים רבים כמו: "כתיבה שיווקית", "צילום ווידאו" ועוד..

מטרת השגרירים העיקרית היא הגדלת כמות הגיוסים דרך רשת הקשרים של העובדים שלנו. זאת דרך העברת המסרים בצורה אותנטית ואמינה יותר דרכם, שגם תגדיל את הנוכחות שלנו ברשתות החברתיות.

השגרירים הפכו להיות חלק פעיל בחברה לא רק בפרסום משרות אלא גם נמצאים איתנו לכעמים בכנסי גיוס ואירועים על מנת לתת את נקודת המבט שלהם כעובדי החברה ולשתף.

עם הזמן הנבחרת התגבשה ל 36 שגרירים אותם חילקנו לצוותי משימה: צוות שיווק ופרסום, בלוג, ווידאו וחוויה ורווחה. המטרה העיקרית של מהלך זה היא למקסם את השימוש בכישרונות של העובדים ולפתח אותם.

נכון להיום אנחנו עובדים גם עם הצוותים בנפרד על משימות ספציפיות וגם עם הנבחרת ככלל ומתוכננות לנו סדנאות להמשך.



ניהול קהילות

כחלק ממהלך מיתוג מעסיק שלנו, אנחנו מרחיבים ומעמיקים את הקשר של הארגון עם קהילות מקצועיות. ניהול קהילות הוא כלי אסטרטגי חשוב שמאפשר לנו להגיע ולהשפיע על קהלים רלוונטיים ודרך כך להעלות המודעות לארגון שלנו, על התפיסה שלו ומה הוא מציע. בחרנו להוביל את ניהול הקהילות שלנו במספר זירות מרכזיות:

פוסטים מקצועיים: העלאת פוסטים מקצועיים לעמוד שלנו המתבססים על מידע מהעובדים המומחים שלנו וכוללים בתוכם טיפים.

פיתוח מקצועי: החברה מציעה לימודי השינויים על חשבוננו ואנו דואגים להפיץ זאת בקרב העובדים שלנו ובאופן כללי לקהל יעד רלוונטי.

וובינרים מקצועיים: התחלנו לקיים וובינרים מקצועיים בדגש על התחום הדנטלי והרפואה המשלימה. הוובינרים נגישים גם לעובדים שלנו וגם למומחים מבחוץ ויעסקו בעיקר בתכנים מקצועיים מעמיקים לכל תחום.

פודקאסטים ומיטאפים: אנחנו נמצאים בתהליך של פיתוח פודקאסטים ומיטאפים רלוונטיים. זאת על מנת ליצור שיח מקצועי, חי, תוסס ומעשיר, בהתאמה לטרנדים עכשוויים.

פיתוח וטיפוח קשרים: אנו דואגים תמיד לפתח שיתופי פעולה הדוקים עם גופים שונים בין אם בכנסים, אירועים, וובינרים, מחקרים, הכשרות ועוד. כל זה תורם לנו להגיע לקהילות וקהלים נרחבים יותר ובניית קשרים לעתיד (מצד שמאל: גופים שאנו בשת"פ איתם נכון להיום).

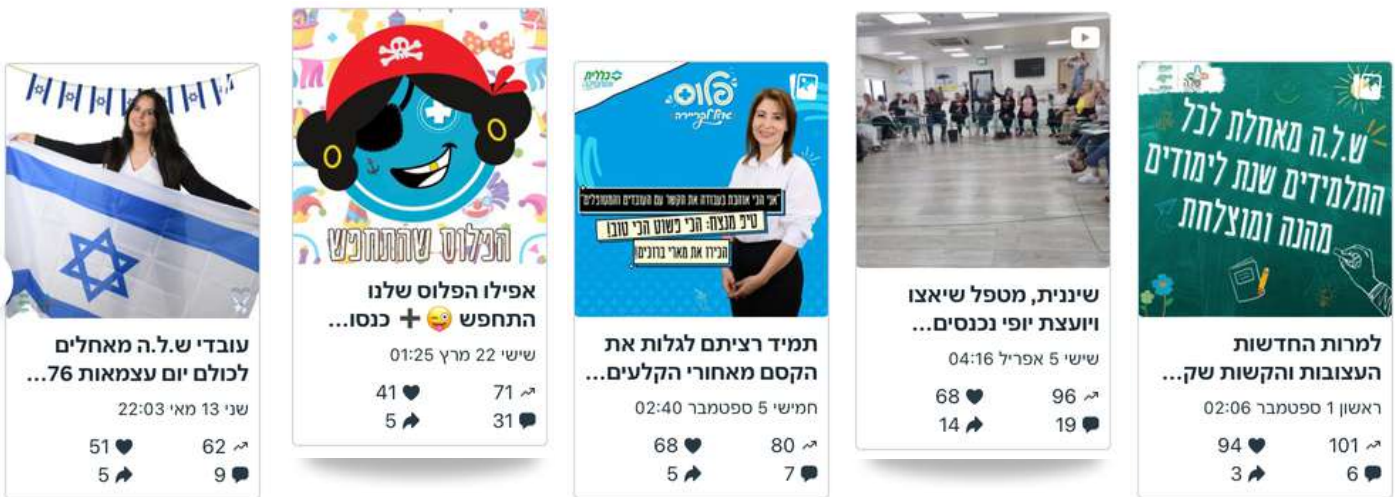
איסוף דאטה: בכל אחד מהאירועים שאנו מקיימים אנו דואגים לאסוף דאטה למאגר שלנו. על ידי כך אנו ממקדים את קהל היעד שלנו ומגדילים את הקהילה.



תוצאות המהלך

מעבר לדיבורים על עשייה, חשוב גם שנוכל להציג תוצאות מדידות. הנתונים שנמצאים מטה משקפים את האפקטיביות של "מהלך מיתוג המעסיק" שהובלנו בש.ל.ה בשנה האחרונה. התוצאות המרשימות מעידות שהצלחנו לא רק לשנות את התדמית שלנו, אלא גם ליצור הד משמעותי בקרב קהל היעד שלנו.

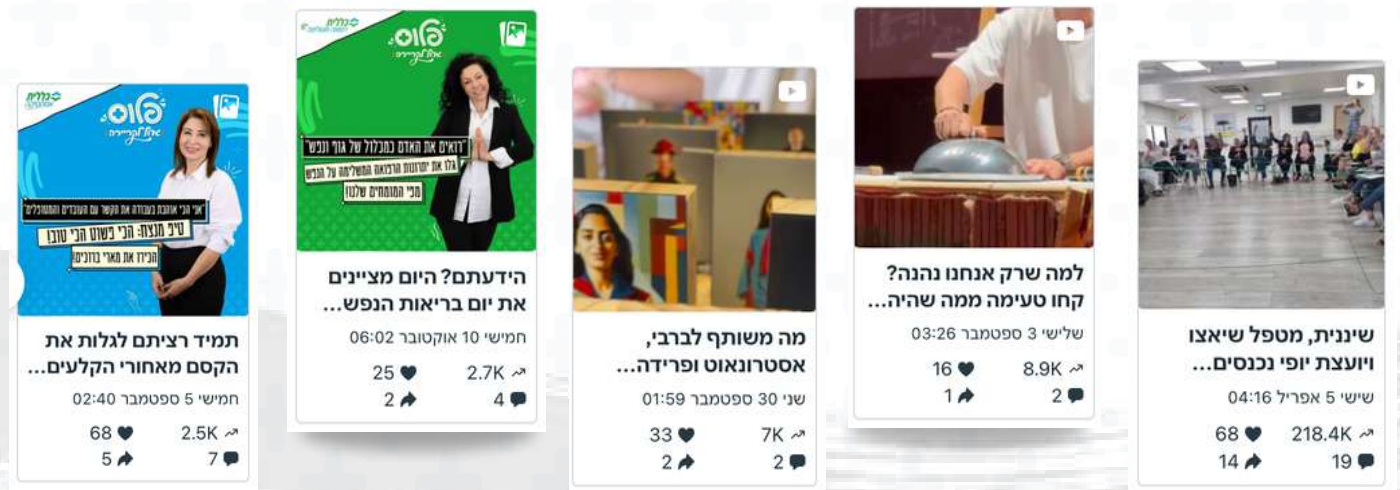
הכוסטים עם הכי הרבה אינטרקציות



ניתן לראות כי התכנים המובילים משלבים תוכן ערכי, מפתח ומקצועי 

נראית אינטראקציה גבוהה עם כוסטים המציגים את העשייה של ביתוח עובדים ואת העובדים עצמם 

הכוסטים עם הכי הרבה תפוצה



ניתן לראות כי התכנים המובילים מבחינת תפוצה הם ברובם הסירטונים שלנו 

הכוסטים עצמם הם בעיקר מתוך כנסים וסדנאות שעשינו 



ניתוח כורמטים וביצועים



כורסמו 51 תמונות, 5 סרטונים ו-4 רילים

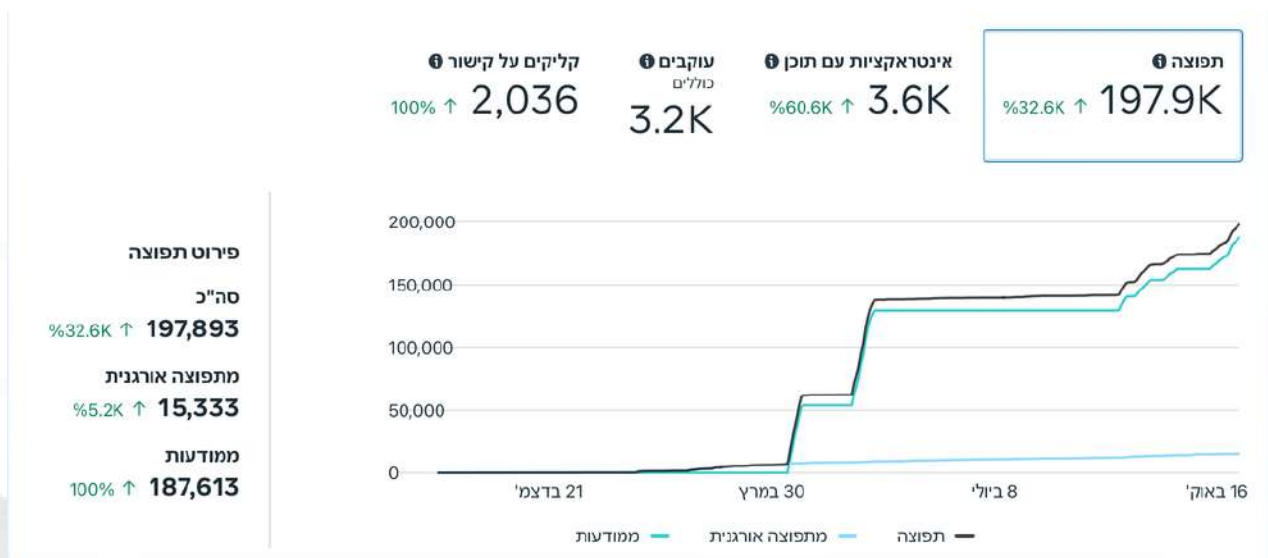
וידאו מוביל בחשיפה עם 137,145 צפיות

תמונות מובילות באינטראקציות עם 2,125 לייקים ותגובות

גידול של 100% בכמות התכנים לעומת התקופה הקודמת



סקירת ביצועים כללית



חשיפה כוללת של 197.9K (עלייה של 34.3%)

21 צפיות ב-3 שניות ראשונות (עלייה של 100%)

311 צפיות ארוכות של דקה ומעלה

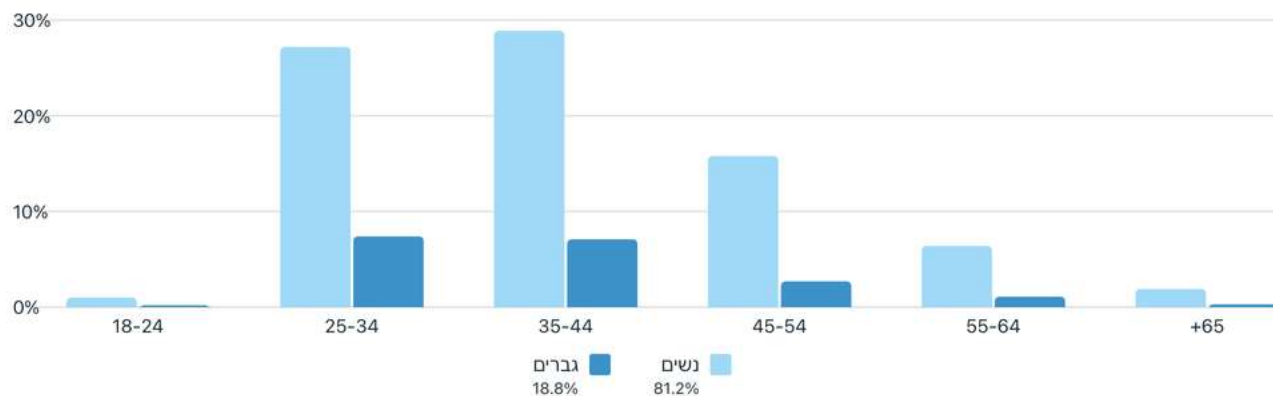
3.6K אינטראקציות (עלייה של 72.8%)



ניתוח קהל היעד

עוקבים
3,206

גיל ומין



3,206 עוקבים

פילוח מגדרי: 81.2% נשים, 18.8% גברים

קבוצת הגיל הדומיננטית: 35-44

הנתונים מראים בבירור את ההצלחה של מהלך המיתוג, עם עליות משמעותיות בכל הפרמטרים החשובים:

חשיפה

מעורבות

ואינטראקציות

התוכן המקצועי והערכי שמשודר מושך קהל איכותי ורלוונטי, מה שמחזק את החברה כמעסיק מוביל בתחומה.



מה כלל המהלך?

הובלת מהלך מיתוג מעסיק מקיף ומשמעותי בכוחות משנה זהו הישג יוצא דופן. במיוחד שהוא מתבצע במקביל לתקופה המתאגרת שאנו נמצאים בה. היכולת להיכנס לזירות חדשות, לנהל את כל התהליך ב IN-HOUSE, ליצור יש מאין ולנהל את כל האופרציה הזו לא הייתה כשוטא אך, המשכנו בכל הכח והגענו לתוצאות מרשימות.



חדשנות: שימוש בטכנולוגיות שונות כדי ליצור יותר עניין ואווירה ייחודית. כנסים עם עמדות AI שמשכנו תשומת לב חיובית רבה ויצרו לנו חווית מועמד ייחודית ומעניינת. אימוץ של תוכנות AI כמו CLAUDE, CANVA ועוד.. לשימוש היום יומי שלנו על מנת למקסם את ההתנהלות במדידות השונות.

שיתוף פעולה נרחב: המהלך התחיל מלמעלה וחילחל עד אחרון העובדים בחברה. היום אין עובד באירגון שלא מודע ללוגו, השכה והנראות החדשה שלנו. מה שמראה על תוצר אותנטי ומקיף.

אותנטיות: גישה של "העובד בפרונט" - דגש על סיפורים אישיים, שימוש בתמונות עובדים, פוסטים מקצועיים שלהם, וזווית הראיה של העובד. מה שיצר חיבור רגשי עם קהל היעד וחיזוק של אמינות המסר שלנו כארגון.

מעורבות ומחויבות עובדים: שיתוף העובדים בתהליך מתחילתו ובהחלטות חיוניות בו שיצר את התוצר הסופי וגם חיזק את תחושת השייכות והגאווה בקרב העובדים הקיימים.

השפעה והטמעה ארוכת טווח: המהלך לא מתקיים רק כמה חודשים אלא הוא תהליך הטמעה מתמשך ככה שמעבר לתוצאות המיידיות שניתן לראות בשטח מתחילה להיווצר תשתית יציבה לשינוי התפיסה והמשך של תהליך מיתוג המעסיק בעתיד.

טעימה קטנה מכל העשייה



סדנת וידאו וצילום לשגרירים



כנס גיוס במכללת ברושים



כנס שנתי למטפלים ברפואה משלימה

כנס אש"י לשינניות



טעימה קטנה מכל העשייה



כנס אורתודנטים

שינניות יקרות!

אנו מזמינים אתכן להיות חלק מחוד החנית של המדע בתחומכן!
אנו שמחים לבשר על שיתוף פעולה בין כללית, אש"י וכללית סמייל
אנו מקימים קבוצת מחקר חדשנית בתחום רפואת החניכיים

התהליך כולל:

- הכשרה בשיטות מחקר וכתבה אקדמית
- השתתפות פעילה בחוקות בכריקט מחקר בתחום השיננות
- ליווי אישי לאורך כל תהליך המחקר והכתיבה
- הזדמנות להיות בצוות הכותבים של מאמרים מדעיים

אז למה אתן מחכות?!

בואו לפתח עוד תחום בקריירה שלכן ולרכוש ניסיון מעשי בתכנון, ביצוע וכדורס מחקרים בעיתונות מקומית או בין לאומית!

שילוב שינניות בקבוצת מחקר חדשנית שאנו מקימים בתחום רפואת החניכיים

- אתר קריירה כללית סמייל
- אתר קריירה כללית אסתטיקה
- אתר קריירה כללית רפואה משלימה

שינוי הנראות של אתרי הקריירה שלנו והוספת פונקציות כמו בלוגים: שם עולה הכתיבה של העובדים שלנו.



שלום טל אמסלם | סטטוס ההמלצות שלי > | יציאה <

- קולקציית מתנות לבחירה
- משרות חמות

חיפוש משרה

מתקדם

לשיתוף כל המשרות לחץ כאן

מספר משרה 5762

דרוש/ה עובד/ת מנהל למרפאת כללית אסתטיקה בכפר סבא- תקן זמני עם אופציה

תחום: אדמיניסטרציה | חשבון

קולקציית הפרסים לגיוס מוצלח

שינוי הנראות של אתר חבר מביא חבר שלנו, שימוש בצבעי החברה ותמונות העובדים שלנו



כנס גיוס מרכז כיוון

טעימה קטנה מכל העשייה

עוד שנה עוד פלוס



איתך זה תמיד פלוס



קמת בבוקר?
כל השאר זה פלוס



צוות פלוס!



הצת מהמדבקות שעיצבו לנוצאך



עם תמונות של העובדים שלנו!

עסקה של 1+1



אתה מש.ל.ה שוהתגשמה



את הפלוס שלי!



יפה לך פלוס!



תן חיור הכל פלוס



את פלוס
אחד גדול
לש.ל.ה



פרס מיתוג המעסיק

2024



אז למה דווקא אנחנו?

בתוך כחות משנה, ש.ל.ה הובילה מהפך משמעותי בתחום מיתוג המעסיק, תוך כדי תקופה מאתגרת, הצלחנו להוביל מהלך מקיף ומשמעותי שהביא לתוצאות מרשימות. הייחודיות של המהלך טמונה בכך שהוא נוצר ונוהל במלואו IN-HOUSE, תוך שימוש במשאבים פנימיים. המהלך, שהחל מזיהוי הצורך בהתאמת החברה לשוק העבודה העכשווי, התפתח לכדי אסטרטגיה מקיפה שנגעה בכל זירה אפשרית.



בתוך כחות משנה, הצלחנו להשיג תוצאות מרשימות: עלייה של 34.3% בחשיפה הכוללת שהגיעה ל-197.9K, גידול של 100% בצפיות בתכנים, ועלייה של 72.8% באינטראקציות. החברה פעלה במגוון זירות – החל מהקמת מערך שגרירים, דרך כיתוח קהילות מקצועיות, ועד להפקת וובינרים ותכנים מקצועיים. כל זאת תוך שימוש בחדשנות טכנולוגית, כולל שילוב כלי AI באירועי גיוס ובתקשורת השוטפת.



המהלך לא הסתכם רק במספרים – הוא יצר שינוי תרבותי עמוק בארגון. הסלוגן החדש "כלוס גדול לקריירה" נבחר בשיתוף העובדים והפך למצפן שמנחה את כל פעילויות החברה בתחום הגיוס. השימוש בטכנולוגיות חדשניות כמו AI, יחד עם דגש על תכנים אותנטיים ואישיים, יצר תמהיל ייחודי שמבדל את החברה בשוק.



מה שמייחד את המהלך הוא היכולת ליצור יש מאין בזמן קצר כל כך, תוך שמירה על אותנטיות ומעורבות עובדים עמוקה. העובדה שהמהלך כולו בוצע IN-HOUSE מדגישה את היכולת הארגונית הגבוהה ואת המחויבות של כל גזרות הארגון להצלחתו. התוצאות המדידות, יחד עם ההשפעה הארוכת טווח שכבר ניכרת בשטח, מראות שש.ל.ה לא רק שינתה את תדמיתה כמעסיק, אלא יצרה תשתית איתנה להמשך צמיחה והתפתחות.

הישגים מרשימים אלה, כתמהיל מציבים את ש.ל.ה כמועמדת ראווה לפרס מיתוג המעסיק המוביל בישראל.

תודה ובהצלחה

ש.ל.ה שירותי רפואה

2024

כללית
אסתטיקה

כללית
סמייל

כללית
רפואה משלימה

פלוס גדול לבריאות
ש.ל.ה
שירותי רפואה בע"מ
מקבוצת כללית