



פרס
מדינות
חדעסיק

HRD

להכיר ולהוקיר פעילויות מעוררות השראה בתחום מיתוג מעסיק

- פרס מיתוג מעסיק של ישראל מוענק זו השנה החמישית ברציפות לארגונים שהובילו פעילות מעוררת השראה.
- על מנת להשתתף בתחרות יש להגיש מועמדות עד תאריך 23/10/25 ולשלוח אל info@hrd.co.il. בשל גדלי הקבצים - יש לוודא את הגעת הקובץ בפניה למייל info@hrd.co.il
- הזוכים יקבלו גביע בימי הכנס השנתי הגדול של ישראל בתחום מיתוג מעסיק שיתקיים ב- 10.11.25 במתחם הכנסים לאגו בראשל"צ
- וכל המשתתפים שיעלו שלב יזכו בתעודת הוקרה על הפעילות שלהם.
- הזוכים יבחרו על ידי שקלול בין הצבעת הקהל לבין הצבעת הרכב שופטים של אוטוריטות בתחום ביחס של 25% להצבעות הקהל ו 75% להצבעות השופטים
- ניתן להוסיף דוגמאות, נתונים וחומרים נוספים למצגת על ידי הוספת עמודים נוספים – על פי שיקול דעתכם





Cyera



לאיזו קטגוריה תרצו להגיש מועמדות? (ניתן להשתתף ביותר מקטגוריה אחת. מחקו את הקטגוריות הלא רלוונטיות)

סרטון מיתוג המעסיק של השנה

עמוד הקריירה (בלינקדאין/פייסבוק/אינסטגרם/טיק-טוק/אינטרנט) המוביל של השנה

מהלך מיתוג המעסיק המוביל של השנה

הפרס הראשי – החברה בעלת מיתוג המעסיק המוביל של ישראל



סרטון מיתוג המעסיק של השנה

- **ספרו קצת על הסרטון:** סדרת רילז הומוריסטית בשם **"Are you Cyera-kind?"** שמציגה בצורה קלילה ואותנטית מה זה כן להיות Cyera-kind ומה ממש לא. הקמפיין משלב בין שחקנים חיצוניים ועובדי סייארה, עם סצנות מהחיים הארגוניים שממחישות את הערכים שלנו.
- **מה הרקע ליצירת הסרטון?** הרעיון נולד מתוך המשפט שהפך לשאלה שמובילה את מיתוג המעסיק שלנו - **"Are you Cyera-kind?"**. רצינו להפוך את זה ממשפט למשהו חי, שמאפשר לראות ולהרגיש את המשמעות מאחורי המילים, ולחבר מועמדים פוטנציאליים לתרבות שלנו בדרך מקורית וקלילה.
- **מה הייתה מטרת הסרטון?** לספר מי אנחנו באמת, לא דרך מצגת או טקסט, אלא דרך אנשים, הומור וסיטואציות שמראות איך נראים הערכים שלנו ביום-יום. המטרה הייתה להעמיק את הזיהוי עם התרבות הארגונית שלנו ולהציג את סייארה כמו שהיא, אמיתית, מצחיקה, ערכית ומלאת חיים.
- **מה היו האתגרים?** לשמור על איזון מדויק בין הומור לאותנטיות, ולוודא שהמסר שלנו יישאר ברור גם כשהכול עטוף בהומור. בנוסף, שילוב שחקנים חיצוניים עם עובדים אמיתיים דרש רגישות בהעברת המסר כך שירגיש טבעי ומדויק.
- **איך הפצתם את הסרטון?** הרילז הופצו באינסטגרם של סייארה, ושותפו על ידי העובדים באינסטגרם ובלינקדאין. במקביל, הם הופצו בערוצים הפנימיים של החברה. הסרטונים הפכו לשיחת היום וזכו לשיתופים רבים ולהיענות מצד עובדים ומועמדים.
- **מה היו התוצאות?** הקמפיין יצר מעורבות גבוהה בלינקדאין ובאינסטגרם, עם אחוזי צפייה ושיתופים גבוהים במיוחד, כשרק באינסטגרם של סייארה הגענו ליותר מ-349,000 צפיות. המהלך עורר שיח חיובי ברשת, חיזק את תחושת הגאווה של העובדים והביא מועמדים חדשים שסיפרו שהכירו את סייארה דרך הסרטונים. העובדים שהשתתפו זכו לספוטלייט, קיבלו גל של פירגון מהסובבים אותם והפכו לשגרירי המותג שלנו.
- **מידע מעניין נוסף על הסרטון?** העובדים שהשתתפו ברילז לא היו שחקנים מקצועיים, הם נבחרו מהחברה בהתנדבות, והאנרגיה האמיתית שלהם היא זו שהפכה את הקמפיין לכל כך אותנטי ומדויק. בנוסף, הסדרה הפכה לשפה פנימית בחברה והביטוי **"That's so Cyera-kind"** הפך לבדיחה פנימית שמסכמת את מי שאנחנו.
- **לצפייה בסדרת הרילז לחצו כאן!**

עמוד הקריירה המוביל של השנה

- **ספרו קצת על העמוד:** עמוד הקריירה של סייארה נועד לשקף את מהות החברה ואת האנשים שמרכיבים אותה. הוא לא עוד דף דרושים, אלא חלון לתוך התרבות שלנו. דרך שפה חמה, עיצוב נקי ותוכן אמיתי, אנחנו מעבירים את הערכים שמנחים אותנו: Push Boundaries, The Customer Compass, Elevate Together, Own and Act. העמוד מדגיש את החיבור בין ערכיות, צמיחה אישית, השפעה ועבודת צוות, ומעניק למועמדים תחושה ברורה של 'איך זה מרגיש להיות חלק מסייארה'.
- **מי קהל היעד?** טאלנטים מהעולמות הטכנולוגיים, בעיקר מההייטק הישראלי, שמחפשים מקום עבודה עם משמעות, ערכים וקהילתיות. אנשים חכמים, סקרנים, ועם גישה חיובית לעשייה. כאלה שלא רק רוצים להצטרף לחברה מצליחה, אלא לארגון חשוב שהופך את העולם למקום טוב ובטוח יותר.
- **מה אסטרטגיית התוכן?** לספר את הסיפור שלנו דרך אנשים, תרבות וערכים, ולא רק דרך משרות. התוכן מתמקד באותנטיות, שקיפות וערך אנושי בשילוב תמונות וסיפורי עובדים. המשפט "**Are you Cyera-kind?**" מהווה חוט מקשר שמזמין מועמדים לבדוק האם הם מתחברים לגישה שלנו.
- **מה היו ההישגים המשמעותיים של העמוד השנה?** עלייה חדה בכמות הפניות האורגניות למשרות דרך האתר, חיזוק משמעותי של הזיהוי בין סייארה לערכי החברה, והפיכת עמוד הקריירה לכלי מיתוג מעסיק מרכזי, כזה שמועמדים רבים מציינים כנקודה משמעותית בתהליך ההיכרות עם החברה.
- **פוסט שאתם גאים בו במיוחד+מדוע?** אנחנו גאים במיוחד בסרטון הראשי שמופיע בעמוד הקריירה. הוא מציג את ההנהלה, המשקיעים והאנשים שמובילים את החברה, ומשלב בין מקצועיות, שקיפות ואנושיות. הרעיון מאחוריו היה פשוט, לאפשר למועמדים לראות מי עומד מאחורי סייארה ולהבין שיש כאן הנהגה חזקה ואמינה, אבל גם נעימה, נגישה וערכית. אנשים רוצים לעבוד עם אנשים כאלה, וזו בדיוק התחושה שרצינו לייצר.
- **מי מנהל את העמוד?** העמוד מנוהל על ידי צוות השיווק של סייארה שמנהל את האתר, בשיתוף מחלקת משאבי האנוש ומיתוג מעסיק.
- **האם אתם מבצעים קידום ממומן במסגרת העמוד?** העמוד פועל בעיקר באופן אורגני, תוך הסתמכות על אותנטיות, מעורבות גבוהה של העובדים ושיתופים ברשתות. במקרים מסוימים בוצע קידום ממומן נקודתי לקמפיינים אסטרטגיים.
- **לעמוד הקריירה לחצו כאן!**

מהלך מיתוג המעסיק המוביל של השנה

- **ספרו על המהלך?** שביתת המורים בישראל בשנת 2025, סייארה הובילה יוזמה ערכית וייחודית: גייסנו חברות הייטק נוספות והקמנו שלט ענק באיילון, עם מסר תמיכה במורים. בזמן שרוב השיח הציבורי התמקד במחלוקות, אנחנו בחרנו לעמוד לצד מי שמחנכים את דור העתיד ולעשות זאת באופן שמחבר בין קהילה, ערכים ואחריות חברתית.
- **מה עומד מאחורי היוזמה? מה המטרה?** הרעיון נולד מתוך הערך המרכזי שלנו, **Elevate Together**, להרים יחד, כקהילה וכחברה. בעיצומה של שביתת המורים, הרגשנו צורך לומר בקול רם שאנחנו רואים את המורים, מעריכים את עבודתם ורוצים להביע סולידריות אמיתית. מעבר לכך, עבורנו בסייארה זו גם אמירה אישית, כולנו כאן בזכות מורים שהאמינו בנו, השקיעו בנו ועזרו לנו להתפתח. חברות כמו סייארה נבנו על היסודות שהם הניחו, של ידע, השראה וחתירה למצוינות. המטרה הייתה לייצר אמירה ערכית שמחזקת את הקשר בין העובדים לערכי החברה, ובמקביל לעורר השראה בקרב חברות אחרות לקחת אחריות חברתית ולומר תודה לאנשים שבזכותם כולנו כאן.
- **מי לקח חלק במהלך?** המהלך הובל על ידי מחלקת השיווק והתקשורת של סייארה, בשיתוף ההנהלה והעובדים. לצד סייארה הצטרפו מספר חברות הייטק נוספות שתמכו ביוזמה, מתוך תחושת שליחות משותפת. בהמשך, גם עובדי החברה הפכו לחלק בלתי נפרד מהסיפור, כשהם שיתפו את התמונות והסיפורים ברשתות החברתיות בהתלהבות עצומה.
- **מה היו התוצאות של המהלך? נתונים?** השלט הפך לאחד הנושאים המדוברים ברשת באותו שבוע, עם מאות שיתופים בלינקדאין ובאינסטגרם. נכתבו טורי דעה בעיתונות על היוזמה ועל המשמעות שלה בזירה החברתית. מעורבות העובדים הגיעה לשיאים חדשים כשמעל ל-65% מעובדי החברה בישראל שיתפו את התמונות והמסרים בעמודי האינסטגרם והלינקדאין שלהם. בעקבות השלט, נולד שלב שני ביוזמה, שימוש חוזר בבד ממנו הוכן השלט ליצירת תיקי מחשב ממוחזרים לכלל העובדים, כמחווה לערכים של קיימות ואחריות סביבתית.
- **מדוע לדעתכם המהלך שלכם חייב לזכות בתחרות?** מדובר ביוזמה שלא הפסיקה "לתת". היא התחילה כמחווה חברתית, הפכה לשיח ציבורי, המשיכה כיוזמה סביבתית, וחיברה את העובדים לערכים של סייארה באופן משמעותי. זו דוגמה לפרויקט שמחבר בין אמירה חברתית חזקה לבין פעולה ערכית מתמשכת. המהלך הזה מגלם את מה שאנחנו מאמינים בו - כשפועלים יחד למען מטרה משותפת, מצליחים להגיע להישגים ולייצר ערך חזק ומשמעותי.



קבלו את אלה למשל

בלי חינוך
אין הייטק

בלי הייטק אין כלכלה ישראלית.

CYERA WIX Island monday.com AppsFlyer Playtika
Lightricks Fireblocks fiverr. papaya global Bob

itamar_mainemer 18h
See translation

אין הייטק בלי חינוך.
ואין חדשנות בלי מורות ומורים.

חברות ההייטק המובילות בישראל עולות בקמפיין חוצות שמחזיר את הקרדיט למי שבאמת בונים את התעשייה הזו מהיסוד: מערכת החינוך.

החברות האלה שוות יחד
מאות מיליארדים
של תוצר לאומי

והמוחות שיצרו אותן עוצבו ע"י **המורדים, הגננות** והגננות של ישראל

יזמה של Cyera, בשיתוף Wix, Fiverr, Playtika ואחרות

צילום: ראם אדם אזולאי

CYERA WIX Axonius Island Bob
Lightricks Fireblocks fiverr. papayaglobal

החברות האלה שוות יחד
מאות מיליארדים
של תוצר לאומי

והמוחות שיצרו אותן עוצבו ע"י **המורדים, הגננות** והגננות של ישראל

פרס מיתוג המעסיק של ישראל

- **מדוע לדעתכם אתם החברה עם מיתוג המעסיק המוביל של ישראל? מיתוג המעסיק שלנו לא נבנה סביב סיסמאות, אלא סביב תרבות ארגונית שמדברת בגובה העיניים ואותנטיות שנוגעת באנשים. אנחנו לא "מספרים" מי אנחנו, אנחנו מראים את זה דרך היוזמות, הסרטונים, והעובדים עצמם. מהקמפיין "Are you Cyera-kind?" ועד השלט הענק באיילון, כל מהלך שלנו מבוסס על ערכים ולכן אנחנו מצליחים לייצר מעורבות אמיתית.**
- **מה ההישג המשמעותי שהיה למיתוג המעסיק שלכם השנה? השנה חיזקנו את הנוכחות שלנו בכל הערוצים הדיגיטליים והצלחנו לחבר את העובדים והקהילה החיצונית סביב סיפור אחד מגובש וברור. עברנו את יעדי הגיוס השנתיים שלנו, כשמועמדים רבים ציינו שהכירו את סייארה דרך תכני המיתוג שלנו. קמפיין "Are you Cyera-kind?" הגיע לעשרות אלפי צפיות ושיתופים, ויצר חיבור ותחושת גאווה אצל העובדים. יוזמת שלט המורים הפכה לסמל של ערכים, תרבות ארגונית והשפעה חברתית אמיתית. וכל זה קרה בשנה שבה סייארה גדלה ב-55% בישראל, מה שהפך את היכולת לשמור על תרבות חזקה, מחוברת ואותנטית להישג יוצא דופן. הצלחנו לא רק לגייס, אלא גם לטפח קהילה מאוחדת שמאמינה באמת במה שאנחנו עושים ומייצגים.**
- **צרפו לינקים לנכסים הדיגיטליים של מיתוג מעסיק:**

- [Careers page](#)
- [LinkedIn - life page](#)
- [Instagram](#)
- [Youtube](#)