



הא.נשים של לבנת פורן



מאחורי הקלעים

סרטון מיתוג
המעסיק שלנו

לא עוד "משרה"

אלא קריירה

איך עמוד הקריירה
והרשתות

החברתיות שינו את
כללי המשחק

לבנת פורן בקהילה

יוזמות חברתיות
שמקדמות ערכים
של שוויון, הוגנות
ואנושיות

גיליון מיוחד -
תחרות מיתוג
המעסיק של
ישראל 2025

חדשנות אמיתית מתחילה מבפנים

הכרישים של לבנת פורן

למה הא.נשים שלנו הם מותג
המעסיק המוביל של ישראל



לבנת פורן

האישה והמותג

לבנת פורן – אישה פורצת דרך וחלוצה אמיתית – הקימה לפני יותר משני עשורים את המרכז למימוש זכויות רפואיות, והפכה לאחת הדמויות המזוהות ביותר עם עולם הזכויות החברתיות בישראל. היא עשתה שינוי היסטורי: לפני הקמת החברה, אנשים רבים כלל לא ידעו שמגיעות להם זכויות רפואיות וכלכליות – ולבנת הייתה הראשונה שהצליחה להפוך ידע מקצועי מורכב לנגיש לכל אדם.

מתוך סיפור חיים אישי מלא באתגרים ומתוך אמונה עמוקה בערכים של אנושיות, חמלה ושוויון – היא יצרה תחום חדש שלא היה קיים לפניה. היא האמינה שכל אדם זכאי להזדמנות שווה, וכל אחד ואחת ראויים לקבל את מה שמגיע להם. החזון שלה לא היה רק עסקי, אלא שליחות חברתית: לתת קול לאנשים, להשיב להם את הביטחון, ולהיאבק עבור זכויותיהם.



מהחזון של לבנת- צמח מותג שהפך לשם מוכר כמעט בכל בית בישראל, אך גם ובעיקר למקום עבודה עם תרבות ייחודית: מקום שמושתת על ערכים של גיוון תעסוקתי, שוויון, קידום נשים, הקשבה אמיתית לאנשים – ותחושת שליחות יומיומית.

מתוך המורשת הזו נולד השם **“האנשים של לבנת פורן”**. זהו לא רק שם, אלא הצהרה שממשיכה את הדרך שיצרה לבנת – החיבור לאנשים, ההכרה בכוחם, והבנה שהנכס הכי גדול של החברה הם העובדים עצמם.

הנקודה בשם (האנשים) היא הצהרה מודעת: אצלנו אין “אנשים” כמילה כללית – אלא נשים ואנשים כאחד, כל אחד עם הסיפור האישי שלו, כולם שווים בחשיבותם. השם הפך לא רק לסלוגן מיתוג מעסיק, אלא לשפה פנימית יומיומית – עובדים מתייחסים לעצמם כאל האנשים של לבנת פורן, וזה הפך לחלק מהזהות הארגונית שלנו.

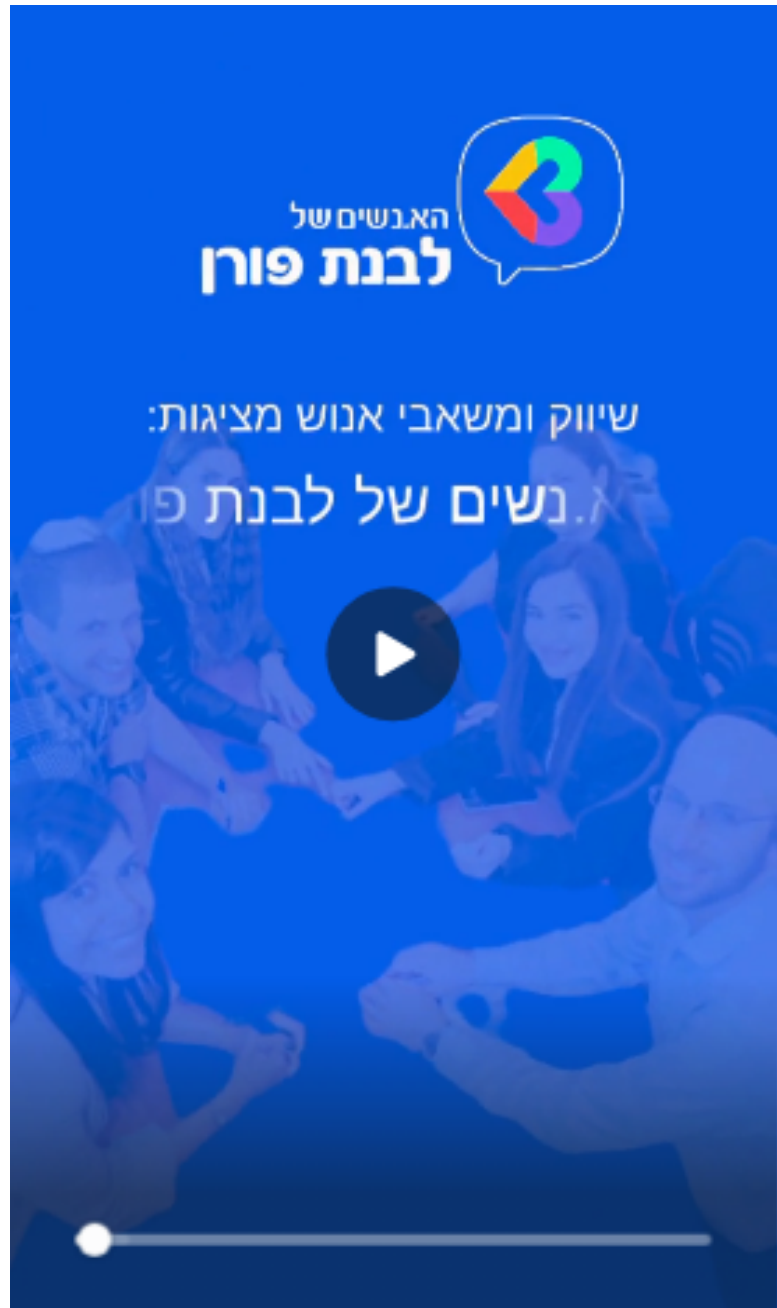


בשנתיים האחרונות יצאנו למסע מקיף של מיתוג מעסיק

המסע שלנו נבנה כפרויקט חוצה-ארגון. בהובלה של: רעות רפאל - מנהלת משאבי אנוש ומי-טל פוגל - מנהלת תוכן וקריאטיב.

כבר בתחילת הדרך הוקם **צוות ייעודי משותף למחלקת השיווק ולמחלקת ה-HR**, בליווי אישי ותמיכה רציפה של שתי סמנכ"ליות בכירות שהעניקו לפרויקט תקציבים, משאבים וגב ניהולי מלא. תוכנית עבודה ברורה נבנתה, הוגדרו יעדים, וההתקדמות הוצגה באופן שקוף הן להנהלה והן לעובדים ולמנהלים.

במהלך המסע השקנו עמוד קריירה חדש ומערך דיגיטלי שלם (אינסטגרם, טיקטוק ולינקדאין), יצרנו סרטוני תפקידים ווידאו אותנטיים, הקמנו מערך שגרירי רשת, השקנו מהלכים פורצי דרך כמו "הכרישים של לבנת פורן", שדרגנו את התקשורת הפנים-ארגונית עם מסכים ושומרי מסך מתחלפים, ובנינו מערך קליטה לעובדים חדשים הכולל ימי אוריינטציה רבעוניים.



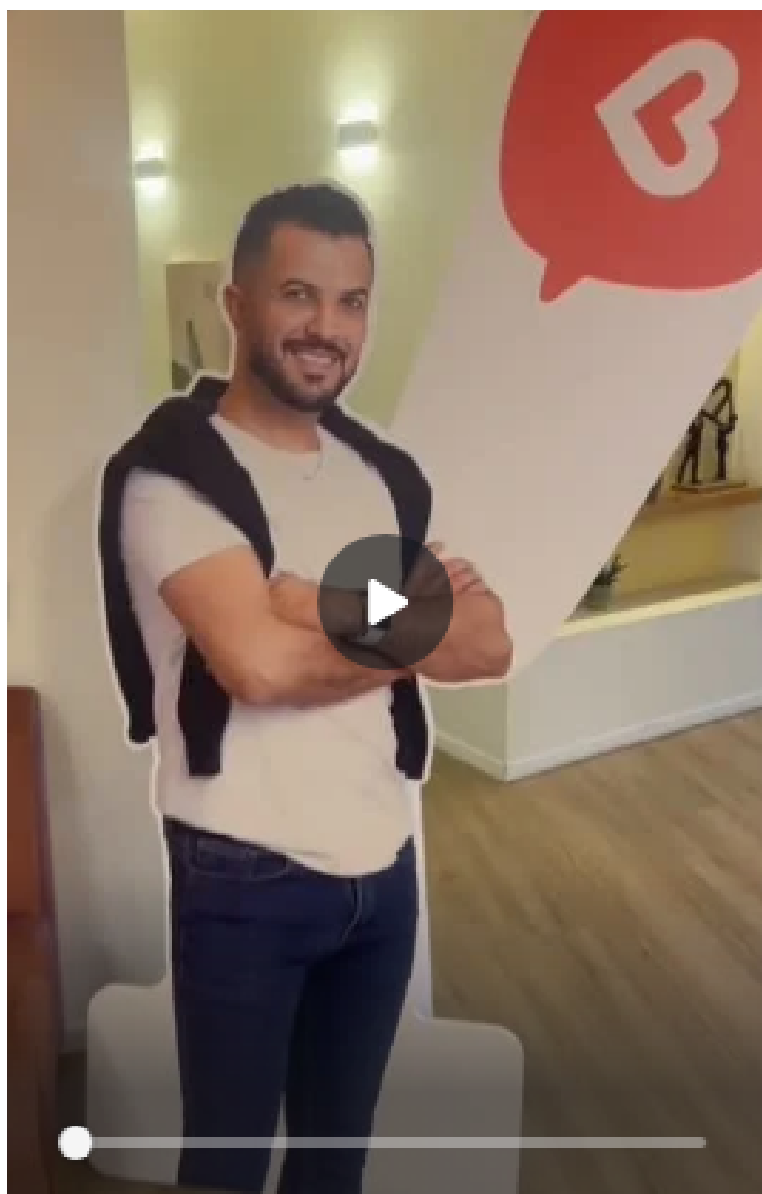
סרטון ההכרזה והשקה לתחילת מסע מיתוג המעסיק שלנו



מיתוג מעסיק ההשקה

יצאנו למסע עם מטרות ברורות - לא רק לעורר נחשקות אמיתית ואותנטית כלפי מקום העבודה, אלא גם לחזק את החיבור הפנימי של העובדים - שירגישו חלק מארגון שמקשיב להם, מאפשר להם להתפתח ומעמיד אותם במרכז - וגם לחבר את הלקוחות לסיפור האמיתי שלנו. הלקוחות פוגשים חברה שלא מסתרת מאחורי סיסמאות, אלא מציגה את האנשים שמובילים את העשייה יום-יום, בגישה אותנטית, אנושית ומחויבת.

השקת האגשים של לבנת פורן בסניפים





קריירה

לא עוד משרה - עמוד קריירה

עמוד הקריירה המוביל של השנה

עמוד הקריירה באתר הפך לבית המרכזי של כל מהלך המיתוג. בנינו אותו סביב ערכים של שקיפות ומשמעות: לכל תפקיד יש תיאור וסרטון הממחישים איך נראה היום-יום, ותהליך גיוס שמוצג באופן פתוח. רצינו להראות שזה לא "עוד עבודה", אלא מסלול קריירה. אצלנו אנשים מתחילים כרפרנטיות או נציגי מוקד, וממשיכים לתפקידי מומחים, מנהלי לקוח ואף מנהלים בכירים. וחשוב לא פחות – העמוד חי ונושם. הוא מתעדכן באופן שוטף, לפי צרכים אמיתיים, רעיונות של עובדים והדגשים שעולים מהשטח. כל עדכון כזה משקף לעובדים ולמועמדים שהעמוד הוא לא "חלון ראווה" חד-פעמי, אלא פלטפורמה דינמית שממשיכה להתפתח יחד עם הארגון.

כחברה שמעסיקה 90% נשים חלק גדול מקהל היעד שלנו הוא נשים שמחפשות מקום שיאפשר להן גם קריירה וגם איזון משפחתי. לצד זה, אנחנו פונים גם לסטודנטים, צעירים בתחילת דרכם וכמובן גם לאנשי מקצוע מנוסים. יש לנו מגוון רחב של עובדים מכל קשת האוכלוסיה.

הבנו שבשוק שבו יש שפע של הצעות עבודה, לא מספיק "לפתוח משרה" – צריך לספר סיפור שמניע אנשים להצטרף. לכן בחרנו להציג לא רק מה התפקיד כולל, אלא איך נראית הקריירה אצלנו, מה הערכים שלנו, ואיך אנשים אמיתיים מתפתחים כאן לאורך זמן.

לחצו לעמוד



אסטרטגיית תוכן 360°



לא הסתפקנו באתר. ידענו שאנחנו צריכים לפגוש את המועמדים במקומות שהם נמצאים בהם באמת. כך נולדו עמודי האינסטגרם והטיקטוק שלנו, ששוברים את הדימוי "הכבד" של התחום. באינסטגרם אנחנו מציגים את האנשים שלנו עם חיוך, רגעים יומיומיים מלאי הומור ואנושיות. בטיקטוק אנחנו פונים לקהל צעיר יותר, עם סרטונים קלילים שמכניסים אנרגיה חדשה לעולם של זכויות רפואיות. ובמקביל, בלינקדאין אנחנו שומרים על שפה מקצועית ורצינית יותר – כדי לפנות גם לקהלים בכירים ולבנות אמינות בתחום.



בטיקטוק - בחרנו להגיע לקהל צעיר יותר, שרובו אפילו לא חשב עלינו כמקום עבודה. שם אנחנו נותנים הצצה קלילה ומהירה לחיים בחברה, עם סרטונים קצרים שמכניסים אנרגיה צעירה ומדבקת.



באינסטגרם - רצינו לשבור את הדימוי "הכבד" של התחום שלנו. לכן אנחנו מעלים תוכן קליל, צבעוני ואנושי - פוסטים על עובדים, רגעים יומיומיים, הומור פנימי, לצד תכנים על הקריירה. זה מראה שהחברה מקצועית אבל גם חמה ונעימה לעבוד בה.



בלינקדאין - המקום שבו אנחנו מדברים בשפה מקצועית יותר - פוסטים על הישגים, תרומה לקהילה, והצגת הערכים שלנו כחברה רצינית ויציבה.

לוחצים על האייקונים ומגיעים לעמודים



בואו נדבר במספרים

הקמנו מאפס תשתית שלמה של רשתות חברתיות. עולם הדיגיטל העסקי שלנו בחברה כבר היה קיים, חי ונושם אבל עולמות מיתוג המעסיק לא היו כלל. יצרנו עולם שלם של תוכן הכולל פוסטים סטטיים, סרטונים ומסרים עם ערכים ויצאנו אל הרשתות החברתיות. בזמן קצר, ייצרנו תוכן רב ומגוון שמדבר בגובה העניים ומשדר את הערכים שלנו.



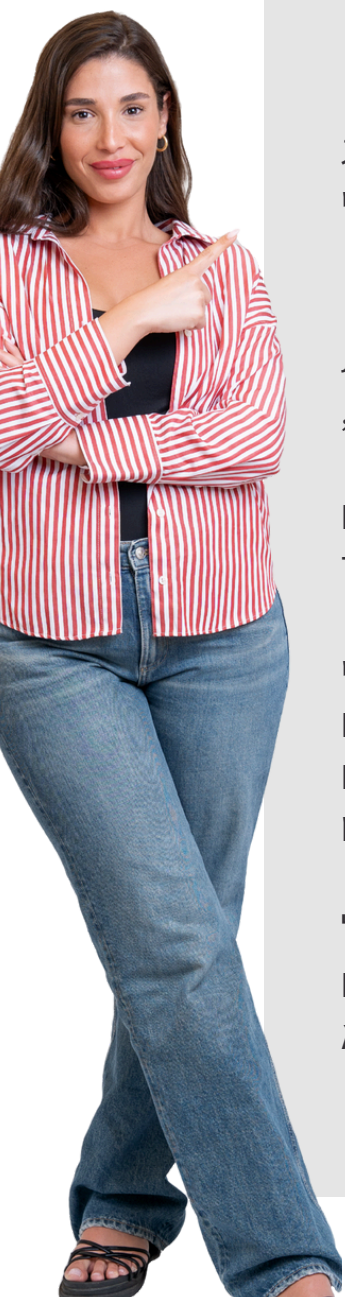
לוחצים על האייקונים
ומגיעים לעמודים





תוכן שאנחנו גאים בו

יצרנו סרטון תחת הכותרת: "פה זה לא עוד עבודה - זו קריירה" שבו סמנכל"ית נעמי פישר סיפרה על הדרך שלה בחברה ממזכירה לסמנכלית. הסרטון עורר שיח פנימי. עובדים אחרים התחילו לשתף סיפורים אישיים על ההתפתחות שלהם, וזה הפך את המסר לאמיתי וחי.



ניהול העמודים

לפרויקט מיתוג המעסיק יש מנהלת ייעודית: מי-טל פוגל מנהלת תוכן ומיתוג מעסיק- שמובילה אותו באופן ישיר. תחתיה פועל צוות רחב שמתחלק לשני צירים מרכזיים:

צוות אסטרטגי ומלווה - הכולל את סמנכל"ית השיווק וסמנכל"ית אסטרטגיה ושירות, שמלוות את המהלך לכל אורכו, מעניקות גיבוי מלא, מציבות יעדים ומספקות חשיבה ותקציבים ייעודיים.

צוות תפעול - מערך שגרירי הרשת שלנו, העובדים מהשטח שמופיעים בסרטונים, מציעים רעיונות, משתפים פוסטים ומעבירים את הסיפור האותנטי החוצה.

בנוסף, מנהלת משאבי אנוש: רעות רפאל- תרמה באופן משמעותי להפיכת מיתוג המעסיק לחלק אינטגרלי מתהליך הגיוס והקליטה של עובדים חדשים. בזכות החיבור הזה, העמודים משקפים לא רק את מה שרואים מבחוץ, אלא גם את מה שקורה בפנים - מהשלב שבו מועמד פוגש אותנו לראשונה ועד שהוא הופך לעובד לכל דבר.

בפועל, נוצר כאן מבנה היררכי חכם: הנהלה בכירה שמלווה ומכוונת, ניהול תוכן ומיתוג שמחזיק את הפרויקט ביום-יום, ושגרירים מתוך העובדים שמבצעים ומספרים את הסיפור האמיתי. השילוב הזה מבטיח שמדובר לא בקמפיין חולף - אלא בשפה ארגונית חיה שנכנסה ל-DNA של החברה.

איזה כיף - זה עובד!

25%
יותר קורות חיים

עלייה של עשרות אחוזים במספר הפניות למשרות דרך האתר בשנה האחרונה.

50%
דיווחו על צפיות

מועמדים חדשים מדווחים שצפו בסרטונים מתוך עמוד הקריירה שלנו



הישגים משמעותיים

יצרנו אקו-סיסטם אחד שבו כל פלטפורמה מדברת בשפה שלה, אבל כולן מעבירות את אותו מסר: פה לא מחפשים עבודה - כאן בונים קריירה עם משמעות.

קידום ממומן

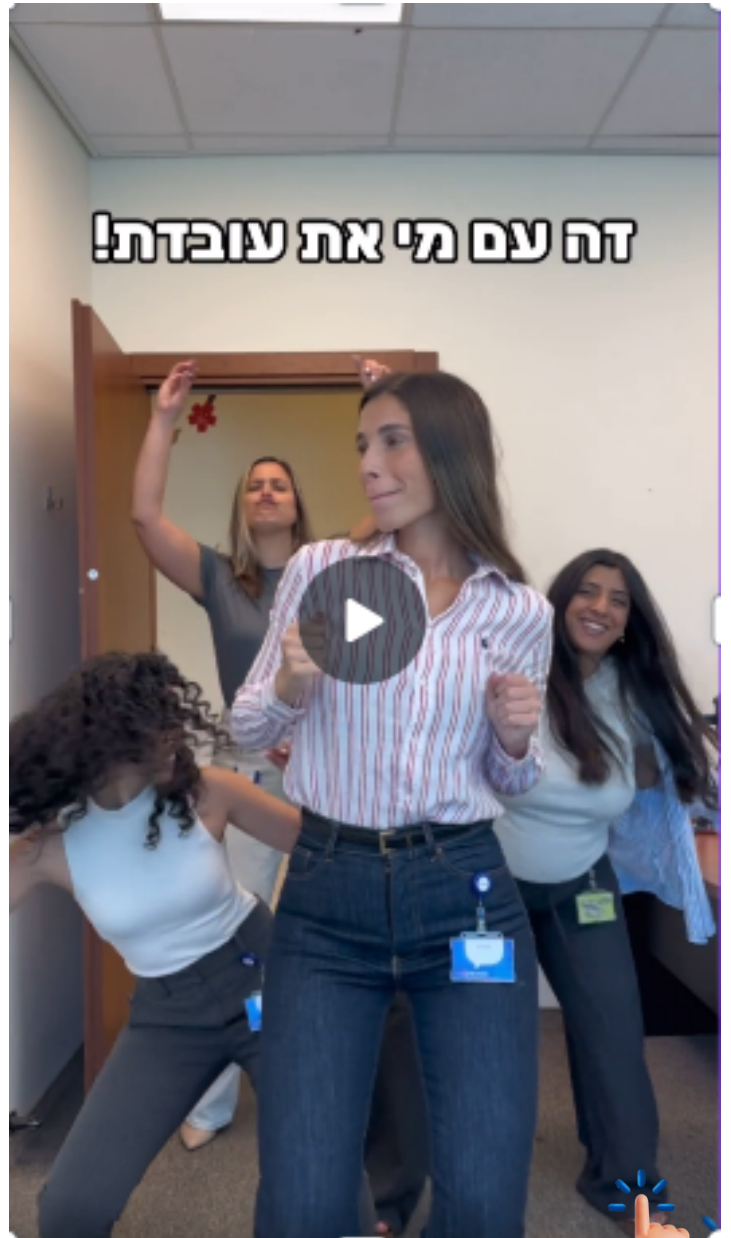
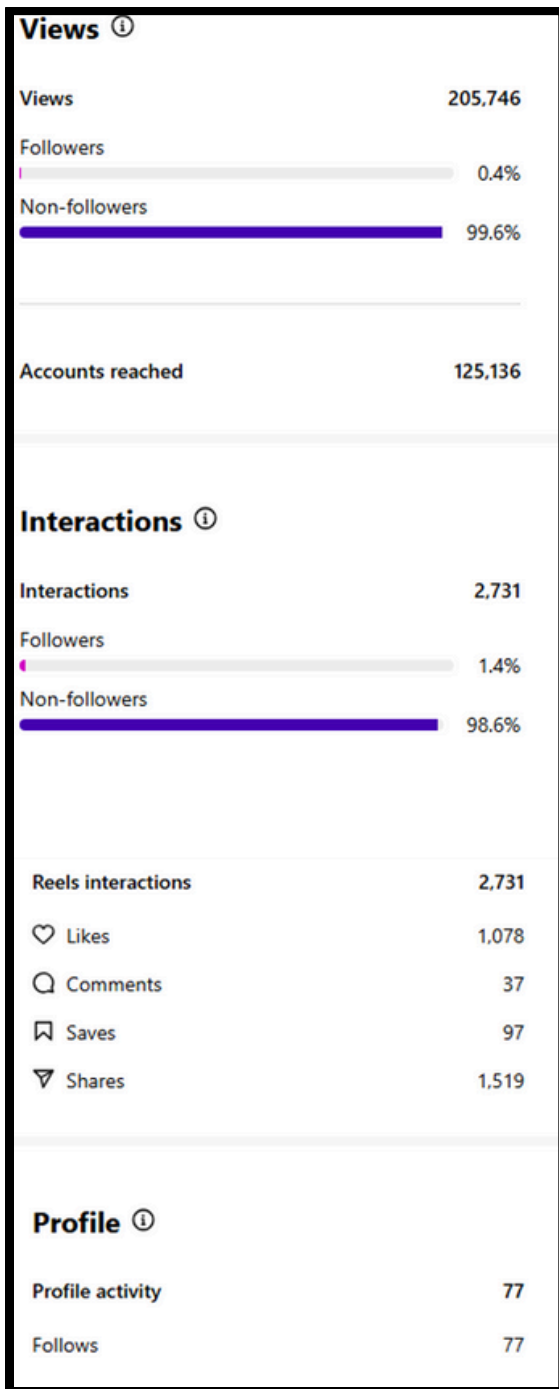
אנחנו משתמשים בקידום ממומן בעיקר לפתיחת משרות ממוקדות, אבל עיקר הכוח מגיע דווקא מהתוכן האותנטי ומהשיתוף של העובדים - מה שנותן לנו תוצאות אורגניות חזקות במיוחד.

לבנת פורן החברה

תגידי שאת אישה
בלי להגיד שאת אישה:
"אני עובדת בחברת לבנת פורן!"

בואי לעבוד בחברה עם תמהיל של 90% נשים
למגוון תפקידים בחברת לבנת פורן דרושים:
נציגי מוקד טלפוני • מומחית זכויות • מנהלת לקוח
נציגת שירות • רפרנטית

פוסט אורגני שעף ברשת



חשיפה עצומה לקהל חדש – כמעט כל החשיפה והאינטראקציות הגיעו מ"לא-עוקבים", מה שמעיד שהפוסט פרץ החוצה אל קהלים חדשים ותרם להגדלת המודעות למותג. **205,746 צפיות!**

מעורבות גבוהה במיוחד – מעל **2,700 אינטראקציות**, עם דגש על שיתופים רבים (פי 15 יותר מהתגובות), מצביעים על כך שהתוכן נתפס כבעל ערך ומעורר רצון להפיץ אותו הלאה.

תרומה ישירה לגיוס עוקבים חדשים – **77 אנשים** בחרו לעקוב בעקבות החשיפה לסרטון, הישג מרשים לפוסט אורגני ללא קידום ממומן



הוליווד זה כאן

סרטון מיתוג מעסיק

סרטון מיתוג המעסיק של השנה



רקע ליצירת הסרטון

הבנו שאנשים רבים מכירים אותנו מבחוץ – כמותג מוכר, כמי שעוזרים לממש זכויות רפואיות – אבל לא באמת יודעים מה קורה בפנים. רצינו לשבור את המחסום הזה, ולהראות לעובדים פוטנציאליים איך נראה היום-יום אצלנו: המשרדים, האנשים, האווירה.

המטרות

- המטרה המרכזית היתה לייצר סרטון שיישלח לכל המועמדים למשרות ויופץ בכלי הדיגיטל שלנו.
- לשדר אותנטיות – בלי שחקנים, בלי תפאורות מוגזמות – רק הסביבה האמיתית.
- לחזק את תחושת הגאווה של העובדים הקיימים ולהראות למועמדים מה מצפה להם.



סרטון מיתוג המעסיק של השנה

האתגרים שבדרך

איך הופכים סרטון "סיור משרדים" למשהו מעניין ולא שגרתית? איך מראים גם את הצד המקצועי וגם את האווירה המשפחתית? בחרנו לתת לכולם להכנס לתוך המשרדים שלנו, לחוות את האווירה ולהבין מה עושים כאן באמת.

הפצה של הסרטון

הסרטון הופץ בכל הנכסים הדיגיטליים שלנו:

- עמוד הקריירה באתר.
- עמודי האינסטגרם והטיקטוק.
- לינקדאין – עם דגש על הצד המקצועי.
- נשלח בוואצפ למועמדים חדשים

בנוסף, הסרטון שותף גם על ידי עובדים רבים בעצמם מה שנתן לו תפוצה אורגנית רחבה.



תוצאות והשפעה

- מועמדים בראיונות סיפרו שהם "הרגישו" שכבר ביקרו אצלנו במשרדים " לפני שהגיעו.
- עובדים קיימים כתבו שהם גאים לראות את המקום שלהם מוצג בצורה כל כך חיובית ואמיתית.



תחרות הכריזים

הא.נשים בחדשנות עסקית

מהלך מיתוג המעסיק של השנה

הכרישים של לבנת פורן - מהלך אחד מני רבים!

מהלך מיתוג המעסיק של השנה



הכרישים.ות של לבנת פורן

כחברה שנמצאת בצמיחה מתמדת ומעסיקה מאות עובדים, חיפשנו דרך לא רק "לדבר על אנשים" אלא גם לתת להם קול אמיתי בהחלטות ובמהלכים של הארגון. הבנו שמיתוג מעסיק אמיתי לא נבנה רק מסרטון או פוסט, אלא מיכולת לגרום לעובדים להרגיש שהם חלק מיצירת העתיד של החברה.

תוצאות והשפעה

כדי לחבר את העובדים לחשיבה יצירתית ולחזק את הערך של "האנשים של לבנת פורן", השקנו את תוכנית "הכרישים של לבנת פורן" – תחרות פנים-ארגונית בהשראת תוכנית הטלוויזיה המוכרת. במשך כחודשיים, כלל העובדים הוזמנו להציע רעיונות לשירותים חדשים, לשימור וגיוס עובדים, ולייעול תהליכים פנימיים.

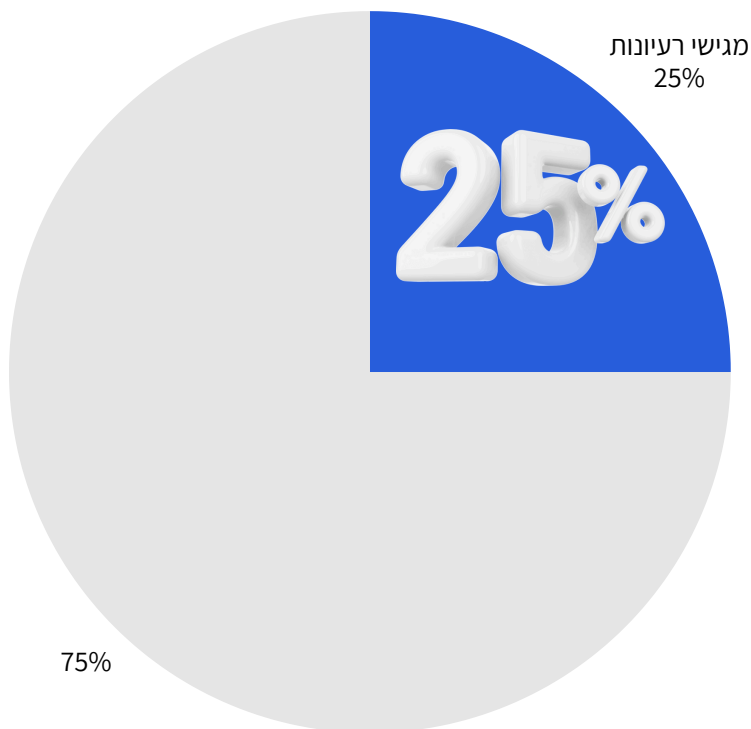
העובדים קיבלו ליווי ממנטורים – מנהלים בארגון שעברו הכשרה בחדשנות. ההצעות עברו שלבים של סינון, ליווי מקצועי, והצגה מול פאנל כרישים אמיתי – אנשי עסקים ודמויות מפתח מחוץ לארגון שהוזמנו לאירוע מיוחד.

מהרעיון – ליישום:

תהליך תוכנית הכרישים



הכרישים.ות של לבנת פורן



היענות מרשימה!

מתוך 150 עובדים
38 עובדים הגישו רעיונות
25% מהעובדים

שלב 1 – שיווק והגשת רעיונות

השקת תחרות "הכרישים"
העובדים מילאו שאלון ייעודי והגישו רעיונות
מתוך ההצעות נבחרו על ידי צוות מנהלים מורחב 14 לשלב הבא

שלב 2 – ליווי מנטורים וניתוח רעיונות

כל עובד קיבל מנטור (מנהל) מתאים לתחום ההצעה
הגשת שאלון מורחב עם הצעה מפורטת
ניתוח ומיון ההצעות בעזרת טבלאות הערכה
7 רעיונות עלו לגמר!

שלב 3 – הכנה לגמר

7 הפיינליסטים עברו סדנת "עמידה בפני קהל ביצירתיות"
שיפור ביטחון והעברת מסר ממוקד

שלב 4 – הגמר הגדול

הצגת הרעיונות בפני הכרישים
הכרזה על הזוכים

כנס הכרישים.ות של לבנת פורן וסיכום שנת 2024

אירוע הגמר

המהלך הגיע לשיאו בכנס חגיגי עם עשרות משתתפים, שבו העובדים הציגו את רעיונותיהם מול הפאנל, ממש כמו בתוכנית. היה זה רגע של גאווה ארגונית עצומה – עובדים מכל הדרגים עמדו על במה אחת, מול ההנהלה ואורחים חיצוניים, והראו את היצירתיות והחזון שלהם.



מהלך מיתוג מעסיק

המקום הראשון בתחרות היה רעיון של עובדת לשירות חדש:

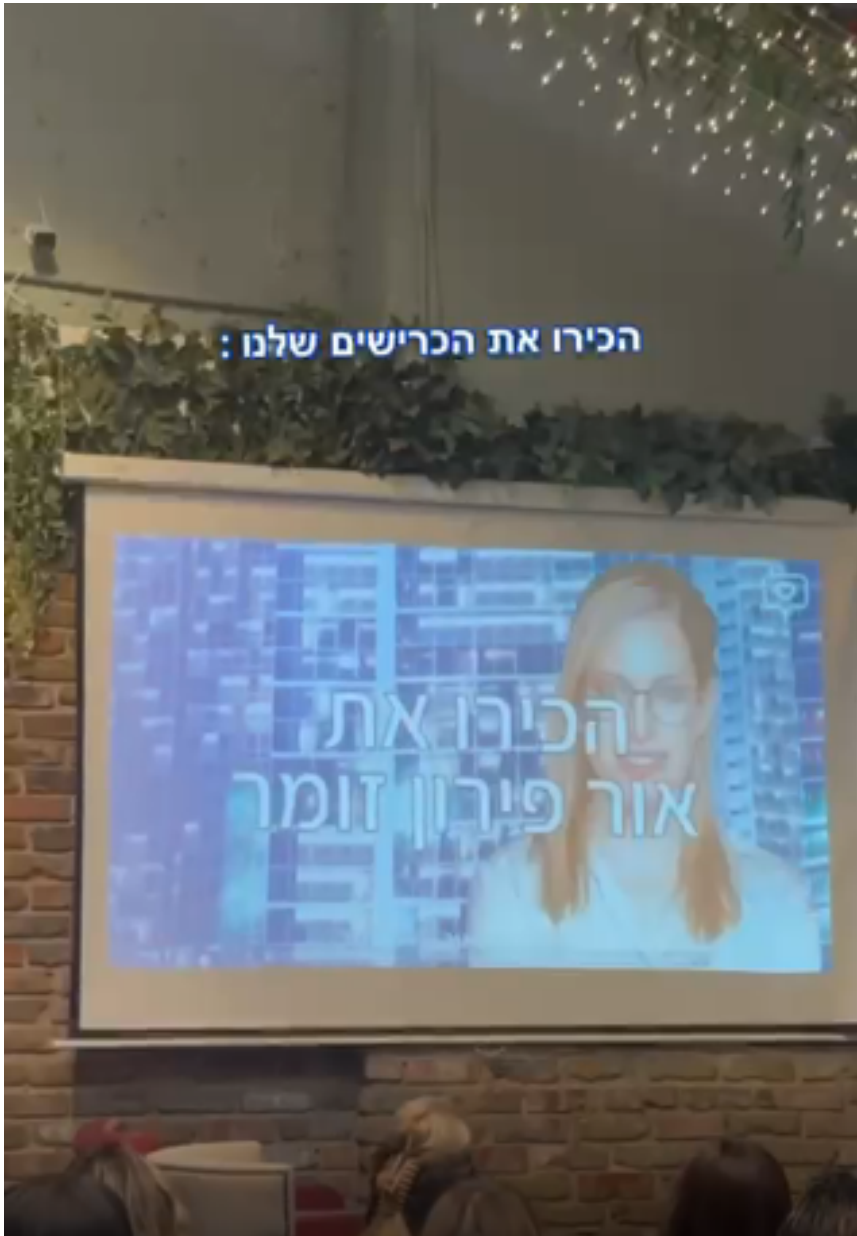
שמירת היריון

לא רק שהרעיון זכה – הוא גם יצא לפועל והפך לחלק משירותי החברה! זהו הישג נדיר שמעביר מסר ברור לעובדים:

אצלנו רעיונות לא נשארים במצגות – הם מתממשים בשטח.

מהלך הכרישים חיזק בצורה דרמטית את תחושת השייכות של העובדים והגביר את מעורבותם. עובדים סיפרו שהרגישו "שרואים ושומעים אותם באמת".

התרבות הארגונית הפכה לחדשנית ויזמית יותר – מיתוג מעסיק שנוגע לא רק ב"חוץ", אלא קודם כול בפנים.





הכרישים.ות של לבנת פורן

למה זה מהלך מיתוג מעסיק מוביל?

כי הוא מציב את העובדים בלב הבמה – תרתי משמע. הוא יוצר שפה חדשה של אמון, העצמה והקשבה, שמחזקים את המותג כלפי פנים ומשדרגים את התדמית כלפי חוץ. השילוב בין יצירתיות, העצמת עובדים ותוצאה עסקית ממשית (השקת שירות חדש) מוכיח שמדובר במהלך משנה־משחק.



המתמודדות בסדנת עמידה מול קהל



פרסים שווים למקומות הראשונים



עבור חלק מהעובדים זה היה רגע מכונן בקריירה האישית

למה זה מהלך מיתוג מעסיק מוביל באמת?

השפעה מוכחת ולאורך זמן

השפעת מהלך "הכרישים של לבנת פורן" לא הסתיימה באירוע עצמו. מעבר לכך ששירות חדש (שמירת היריון) יצא לדרך מרעיון של עובדת והפך לחלק משירותי החברה - יצרנו מערכת מתמשכת לחדשנות פנים-ארגונית.

כיום כל עובד יכול להעלות רעיונות חדשים דרך ***אפליקציית People** ב־Section "יש לי רעיון", ובכך להמשיך את רוח החדשנות גם ביומיום. המערכת מאפשרת לכל רעיון לקבל במה, בחינה, ולעיתים גם ליווי עד שלב היישום בפועל.

התוצאה: לא רק שירות חדש שצמח, אלא תרבות ארגונית חיה שבה עובדים מרגישים שהקול שלהם משפיע באמת.

זה הביא לעלייה ניכרת בפניות גיוס, לחיזוק הגאווה הפנימית, ולתחושה בקרב העובדים שהם חלק ממותג חדשני ודינמי שמקשיב להם.

אפליקציית פיפל-לבנת פורן

- *אפליקציית People היא כלי פנים-ארגוני ייחודי שמאפשר לכל עובד להיות שותף פעיל בצמיחת החברה. דרך האפליקציה העובדים יכולים:
- להפנות מועמדים חדשים במסגרת "חבר מביא חבר" ולקבל תגמול
 - להביא לקוחות חדשים לחברה ולקבל על כך בonus
 - וכמובן להעלות יוזמות במסגרת "יש לי רעיון" - המשך ישיר למהלך "הכרישים של לבנת פורן".





החברה בעלת מיתוג המעסיק המוביל של ישראל

הפרס הראשי

מיתוג המעסיק המוביל של ישראל

למה אנחנו?

לבנת פורן היא חברה שהציבור הרחב מכיר היטב – כמעט כל בית בישראל שמע את הסלוגן המפורסם "חלית? נפצעת?". אבל לצד המודעות הגבוהה, עמד מולנו אתגר לא פשוט: התדמית של התחום כולו הייתה פעמים רבות עמומה ולעיתים צינית והמועמדים לא ידעו עד כמה העבודה אצלנו היא משמעותית, מקצועית וגדושה באנשים מרגשים.

לכן החלטנו לצאת למסע מיתוג מעסיק שיחשוף את האמת עלינו: חברה שהנכס הכי גדול שלה הוא ההון האנושי – עובדים מדהימים שעושים עבודת קודש מדי יום, עם ערכים של אנושיות, חמלה, מקצועיות ותרומה לחברה.

המטרה לא הייתה "להסוות" או "לייפות" – אלא לעורר נחשקות אותנטית למקום עבודה מיוחד, שלא תמיד יודעים עליו, אבל מי שנכנס בדלתותיו מגלה קהילה חמה ותומכת שמובילה לשינוי אמיתי בחיי אנשים.

בחירה אסטרטגית – עולם של וידאו

הבנו שהדרך הנכונה ביותר להמחיש את התרבות שלנו היא דרך סרטוני וידאו – קצרים, אמיתיים, עם העובדים שלנו בפרונט.

- יצרנו סרטוני תפקידים שמציגים בדיוק איך נראית עבודה אצלנו.
- הפקנו סרטוני אווירה קצרים, קלילים ומרגשים לאינסטגרם ולטיקטוק.
- צילמנו עובדים אמיתיים, לא שחקנים – כדי להראות את האנרגיה האותנטית שיש כאן.

הבחירה הזו התגלתה כמנצחת: מועמדים מספרים שהם נחשפו לחברה לראשונה דרך סרטון, ושמה שמשך אותם היה הפנים האמיתיות של העובדים.

שגרירות רשת

בנינו מערך שגרירי רשת מתוך הארגון – עובדים שבוחרים לספר את הסיפור שלנו מתוך מבט אישי. הם משתפים פוסטים, מצטלמים, מספרים על היום-יום שלהם ומכניסים את החברים והמשפחות שלהם פנימה.

המהלך הזה לא רק חיזק את ההפצה של התוכן, אלא גם יצר גאווה פנימית עצומה – עובדים מרגישים שהם חלק מהמותג, ולא רק "עובדים בחברה".

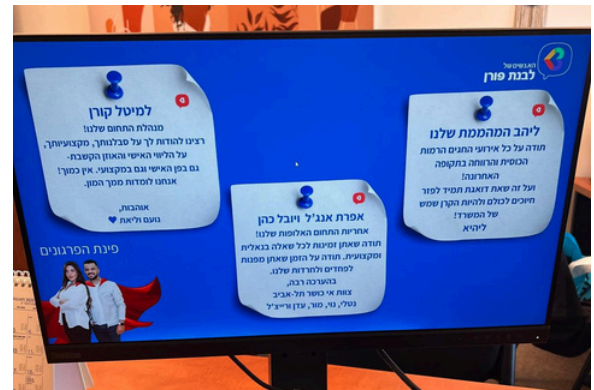


מהלכים לחיזוק מיתוג המעסיק והערכים שלנו



עמוד קריירה חדש ומערך דיגיטלי
הקמנו מאפס אתר,
אינסטגרם, טיקטוק ולינקדאין
שמספרים סיפור עקבי על
קריירה עם משמעות.

שדרוג תקשורת פנים ארגונית
מסכים ושומרי מסך מתחלפים
שמציגים מסרים, מהלכים
וערכים, והופכים את המיתוג
לשפה יומיומית.



אורינטציה לעובדים חדשים
ימים מלאי כלים וסדנאות,
שמכניסים את הערכים שלנו
כבר מהיום הראשון.

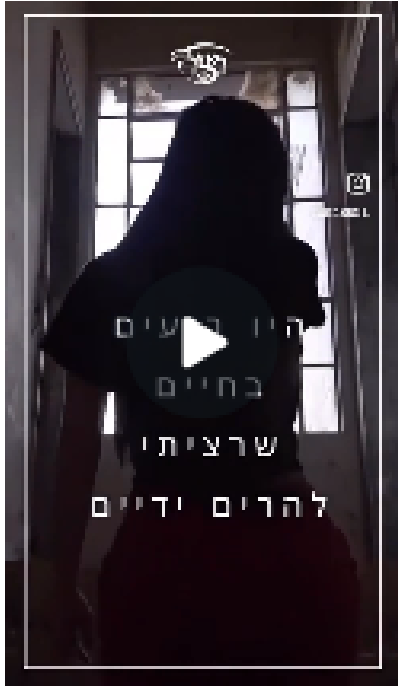


הכרישים של לבנת פורן
תחרות פנים-ארגונית
שהביאה ליצירת שירות אמיתי
(שמירת היריון) מתוך רעיון של
עובדת.



תרומה לקהילה - חלק מה-DNA שלנו

בלבנת פורן אנחנו מאמינים שמה שאנחנו עושים עבור לקוחותינו חייב לבוא לידי ביטוי גם בקהילה שסביבנו. לכן, לצד הפעילות העסקית והמקצועית, אנחנו משקיעים משאבים ואנרגיה ביוזמות חברתיות שמקדמות ערכים של שוויון, הוגנות ואנושיות.



ויצו - פרו בונו לנפגעות אלימות

שיתוף פעולה משמעותי עם ויצו, במסגרתו צוותי המומחים שלנו מטפלים בהתנדבות בתיקי נשים נפגעות אלימות. זהו ביטוי ישיר לערך שלנו - שאף אחת לא נשארת מאחור, וכולן זכאיות למימוש זכויותיהן.

הפועל י-ם קבוצת נשים

הענקנו חסות לקבוצת הנשים של הפועל ירושלים, מתוך אמונה בקידום ספורט נשי ובמתן דמות לחיקוי לנערות ונשים צעירות. מבחינתנו זו לא רק חסות - זו דרך להעצים נשים ולשבור תקרות זכוכית.

פורים - מתנות לילדי העוטף ולנזקקים

בפורים השקנו יוזמה מרגשת במסגרתה ארזנו ושלחנו משלוחי מנות לילדי עוטף עזה ולמשפחות נזקקות ברחבי הארץ - רגע של אור ושמחה דווקא בתקופות מאתגרות.



עמותת ילד לב סופר חינם באשקלון - מעקב
13 בנובמבר 2023 09:53
עושים טובים בכל מקום תודה גדולה לצוות של
חברת לבנת פורן - זכיות רפואיות על תרומה של משלוחי מנות יסירות ממגדלי עזראל לילדי הדרום והעוטף
עמותת ילד לב סופר חינם באשקלון
פורים שמח לכולם 🍩



למה זה מהלך מיתוג מעסיק מוביל באמת?

גאות יחידה

מימוש זכויות הוא תחום מורכב – לפעמים קשה להסביר אותו, ולפעמים הוא נתפס לא נכון. בזכות מיתוג המעסיק שלנו, הצלחנו להפוך את השיח: הענקנו לעובדים כלים לדבר על מה שהם עושים בגאווה, לשתף מה המשמעות האמיתית של העבודה שלהם, ולהראות לעולם את הלב שמאחורי המקצוע.

פיתוח עובדים

בלבנת פורן אנחנו רואים בפיתוח העובדים ערך מהותי ולא "תוספת נחמדה". מאז ומתמיד השקענו משאבים רבים בלמידה מקצועית, רפואית ובפיתוח מיומנויות רכות – באמצעות קורסים, סדנאות ותוכניות אישיות. כל עובד שמצטרף מקבל מנטור צמוד וליווי אישי בצוותים קטנים, מה שמאפשר התפתחות קרובה ותמיכה רציפה. ההשקעה הזו נועדה לא רק להכין את העובד לתפקיד הנוכחי, אלא לתת לו כלים לחיים – מקצועיים ואישיים כאחד. ניהול העובדים אצלנו מבוסס על זיהוי החוזקות האישיות של כל אחד, והכוונה להמשך הדרך בתוך הארגון, לתפקידים נוספים שבהם יוכל להביא ערך ולהצליח.

העובדים במרכז

בעמוד הקריירה, בסרטונים, ברשתות, בכנס הכריזים, במסכים ובאוריינטציה – הם תמיד בפרונט. העובדים והעובדות שלנו מקבלים במה.

שפה אחידה- פנימה והחוצה

העובדים חווים את מיתוג המעסיק ביום-יום, וזה בדיוק מה שמשתקף החוצה למועמדים וללקוחות.



תהליך מיתוג המעסיק – איך יצרנו תרבות שמדברת את הערכים

הגדרת ה-DNA והערכים של החברה

השלב הראשון היה להבין מה באמת מאפיין אותנו. הערכים כבר היו קיימים בשטח – רק היינו צריכים לסדר, לדייק ולהגדיר אותם מחדש לשפה אחת משותפת לכל העובדים.



לעבוד עם ערכים



חברה בעלת נסיון
תעסוקתי



חברה המקדמת נשים



חברה חברתית



חברה אנושית

קביעת מטרות ברורות ומדידות

שמנו לנו שלוש מטרות עיקריות:

- שיפור הגיוס – למשוך מועמדים איכותיים שמתאימים לתרבות שלנו.
- חיזוק השימור – ליצור חיבור רגשי אמיתי בין העובדים לארגון.
- הגברת גאוות היחידה – להפוך כל עובד לשגריר גאה של לבנת פורן.

בניית אבני הדרך – איך מדברים, מחזקים ומטמיעים את הערכים

בחרנו שלוש דרכי פעולה מרכזיות:

- א. תשומת לב ניהולית – מעורבות פעילה של הסמנכ"לים והמנהלים בתהליכים.
- ב. עבודה ברשת ובסרטונים – שימוש במדיה החברתית כדי להנגיש את העולם שלנו (דווקא משום שהתחום נתפס לעיתים כמרוחק או קשה להסברה).
- ג. פעולות פנים-ארגוניות סביב הערכים כגון:
 - עמוד קריירה שמדגיש צמיחה והתפתחות אישית.
 - תחרות "הכרישים" שמעודדת חדשנות, יצירתיות והשפעה על צמיחת החברה.
 - התנדבות עם יזמת חברתית שמבטאת את ערך אהבת האדם.
 - שומרי מסך ותקשורת פנים ארגונית – לחיזוק השייכות וגאוות היחידה ביום-יום.

לבנת פורן כבר מזמן לא רק "חלית?
נפצעת?" – אנחנו הבית של 150 אנשים
שבונים כאן קריירה עם ערך ומשמעות
ומשפיעים מדי יום על חייהם של הלקוחות
שנמצאים במשברים של החיים. העובדים
שלנו הם השגרירים הכי טובים שלנו, הם
הפנים של החברה, והם הסיבה שאנחנו
מותג המעסיק המוביל של ישראל.

