

IF YOU WANT JEŚLI CHCESZ
PO PROSTU BYĆ POŻĄDANY,
BĄDŹ SOBĄ. **TO BE DESIRED,**
BE ABOUT YOU.



BE ABOUT
HYBRID AGENCY

BE ABOUT HYBRID | AGENCY

Sukces każdego projektu zależy od kompetencji i synergii ludzi, którzy go tworzą. Dlatego, aby efektywnie wspierać Państwa w codziennym biznesie i realizować wyjątkowe kampanie oraz wydarzenia, stworzyliśmy pierwszą w Polsce hybrydową agencję. Hybryda to jedyne na rynku, doskonałe połączenie kompetencji partnerów tworzących Be About | Hybrid Agency, dające niesamowite efekty.

Wiemy, że szczególnie dzisiaj działania marek są połączeniem takich obszarów jak employer branding, marketing i PR - a w tym komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, rekrutacji, benefitów, programów rozwojowych, CSR, eventów i projektów technologicznych. Wszystko to przy wykorzystaniu kanałów online i offline.

Właśnie dlatego, zdecydowaliśmy się stworzyć nową markę pod nazwą Be About | Hybrid Agency, której zespół i partnerzy oraz ich doświadczenie połączone w innowacyjną, hybrydową formę gwarantują merytoryczną, transparentną i kompleksową współpracę, zwłaszcza w nowych, bardziej wymagających czasach dla biznesu.

MÓWIĄ O NAS



POZNAJ NAS LEPIEJ



Patryk Adamczyk

Managing Partner,
Co-owner

Kreatywne koncepcje, skuteczne strategie, wyjątkowe eventy i efekt wow to jego żywioł. Założyciel i współwłaściciel pierwszej w Polsce hybrydowej agencji employer branding i marketingu – Be About | Hybrid Agency.

W korporacyjnym życiu zawodowym jako dyrektor marketingu był odpowiedzialny za współpracę z klientami z listy TOP 500 najlepszych firm w Polsce w obszarze employer branding. Wcześniej jako brand manager w Ringier Axel Springer odpowiedzialny za tworzenie i realizację strategii marketingowej i kontentowej m.in. dla programów Jarosława Kuźniara, Bartka Węglarczyka, Małgorzaty Ohme, Katarzyny Janowskiej czy Pauliny Młynarskiej oraz transmisji live z Open'er Festiwal w Gdyni. Był managerem projektu pierwszej internetowej ramówki w Polsce.

Doświadczenie w obszarze marketingu i zarządzania wizerunkiem zdobywał m.in. w Johnson & Johnson, gdzie odpowiadał za budowanie wizerunku i komunikacji dla takich marek jak Neutrogena, Listerine, czy Johnson's Baby w Europie Środkowo – Wschodniej i krajach bałtyckich.



Maciej Hassa

Strategic Partner,
Co-owner

Ekspert i pasjonat w dziedzinach employer branding, komunikacji i marketingu.

Założyciel i współwłaściciel pierwszej w Polsce hybrydowej agencji employer branding i marketingu – Be About | Hybrid Agency.

Autor wielu publikacji w obszarach swojej specjalizacji, wykładowca akademicki przedmiotów związanych z employer brandingiem i komunikacją.

Zakładał i tworzył zespoły doradztwa strategicznego z sukcesem realizujące projekty dla globalnych firm zarówno w Polsce jak i Europie.

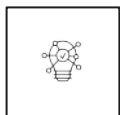
Pracował w największych firmach finansowych w Polsce gdzie zajmował się m.in.: komunikacją wewnętrzną, eventami, PR i marką pracodawcy. Podczas swojej kariery zdobył wiele wyróżnień rodzimej, ale i międzynarodowej branży EB.

Absolwent MBA na Politechnice Warszawskiej, dziennikarstwa na Uniwersytecie Warszawskim oraz podyplomowych studiów CSR.

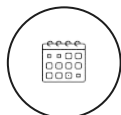
MAMY **KOMPETENCJE,** KTÓRE WSPIERAJĄ TWÓJ BIZNES



STRATEDZY



MARKETINGOWCY



EVENTOWCY



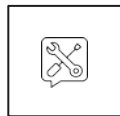
CONTENTOWCY



FILMOWCY



DESIGNERZY



STAGE TECHNICY



DEWELOPERZY



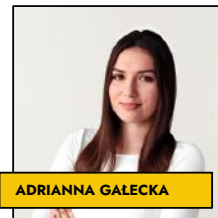
TRENERZY



MILENA ANDRUSIAK



OLA BORKOWSKA



ADRIANNA GAŁECKA



SYLWIA GODEK



NELLI KANTAK



WERONIKA MARONA



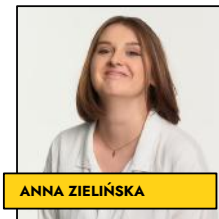
KAROLINA PUCHALSKA



HANNA KARBOWNIK



JULIA SAŁ



ANNA ZIELIŃSKA



JAKUB WÓJCIAK



ANNA ŻUREK



OSKAR TRZASKOWSKI

KARINA HERTEL

CEO BRAND LIFT

• kampanie online • influencerzy •



**URSZULA PIOTROWSKA-TOPA
& DOMINIKA BELINIAK**

FOUNDERS OF MINDSPARK

• eventy • konferencje •



KATARZYNA ŻYCIŃSKA

CEO 38GROUP

• pr • komunikacja • digital •

BE ABOUT | HYBRID AGENCY TEAM — W HYBRYDZIE I DOŚWIADCZENIU SIŁA

JULIA IZMAŁKOWA

CEO IZMAŁKOWA

• research • speeches •



PIOTR GRZĄDZIEL

CEO MAGNATALENTA

• personal branding • employee advocacy •



HYBRYDA OZNACZA KOMPLEKSOWE WSPARCIE NA KAŻDYM ETAPIE KANDYDACI

01

KANDYDAT

POZNAJE MARKĘ

- badamy i diagnozujemy markę
- realizujemy audyty
- prowadzimy koncepty badawcze
- wyciągamy insighty
- tworzymy strategię

02

KANDYDAT

LUBI MARKĘ

- tworzymy kampanie
- prowadzimy social media
- pozycjonujemy strony www
- dbamy o publikacje w mediach i PR
- współpracujemy z influencerami

03

KANDYDAT

UTOŹSAMIA SIĘ Z MARKĄ

- przygotowujemy programy ambasadorskie
- budujemy strony karierowe
- tworzymy aplikacje mobilne
- aranżujemy stoiska targowe
- produkujemy wydarzenia i konferencje

04

KANDYDAT

CHCE BYĆ CZĘŚCIĄ MARKI

- wspieramy rekrutację
- wdrażamy onboarding
- planujemy i optymalizujemy ogłoszenia rekrutacyjne

HYBRYDA OZNACZA KOMPLEKSOWE WSPARCIE NA KAŻDYM ETAPIE PRACOWNICY

01

PRACOWNIK

LUBI SWOJE MIEJSCE PRACY

- realizujemy badania
- budujemy komunikację wewnętrzną
- wspieramy w zarządzaniu przestrzenią biurową
- produkujemy materiały firmowe i gadżety

03

PRACOWNIK

JEST LOJALNY

- budujemy programy lojalnościowe
- wspieramy w tworzeniu procesów rozwojowych
- realizujemy strategie rotacyjne pracowników

02

PRACOWNIK

ANGAŻUJE SIĘ

- projektujemy grywalizację
- organizujemy eventy firmowe
- tworzymy webinary
- organizujemy livestreamingi

04

PRACOWNIK

JEST AMBASADOREM FIRMY

- prowadzimy warsztaty i szkolenia
- tworzymy programy poleceń
- realizujemy działania personal brandingowe



STRATEGIA MARKETINGOWA

Tworzymy strategie i opracowujemy plany komunikacji dla Twojej marki.



EVENTY I KONFERENCJE

Organizujemy od podstaw każde wydarzenie i dbamy o to, aby było ono niepowtarzalne dla Ciebie i Twoich odbiorców.



FOTO I FILMY

Realizujemy wyjątkowe sesje fotograficzne i filmy, którymi z dumą możesz promować swoją markę.

CO MOŻEMY DLA CIEBIE ZROBIĆ?



BADANIA I RAPORTY

Badamy to co niezbadane, wyciągamy wnioski, przygotowujemy rekomendacje i publikujemy raporty, które wzmacniają Twoją wiedzę.



DEI

Przeprowadzamy audyty i szkolenia oraz koordynujemy inicjatywy pracownicze związane z kultywowaniem inkluzywności, różnorodności i równości. Zarówno w procesach rekrutacyjnych, EB jak i w marketingu.



KAMPAНИЕ I ZAKUP MEDIÓW

Realizujemy kompleksowe kampanie 360 offline i online oraz kupujemy media, aby ułatwić Twoją pracę i zrealizować Twoje cele.



GRAFIKA I BRANDING

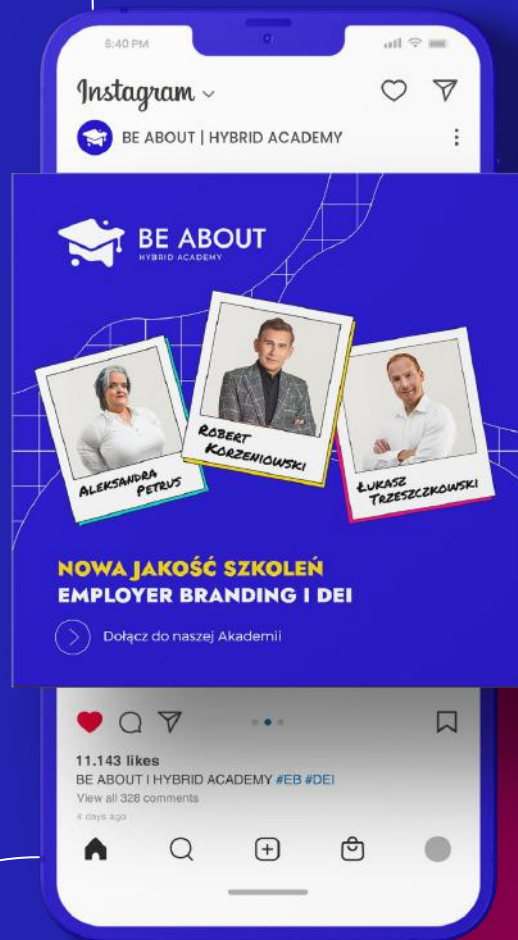
Projektujemy grafiki i produkujemy branding, które wyróżnią Cię spośród innych.

BE ABOUT | HYBRID ACADEMY PROGRAM SZKOLENIOWY

Mamy wiedzę i nie wahamy się nią dzielić. W tym celu stworzyliśmy program szkoleniowy **Be About | Hybrid Academy** (akademia.beabout.pl) adresowany do klientów indywidualnych oraz firm zainteresowanych kompleksowymi szkoleniami dla pracowników w obszarach:

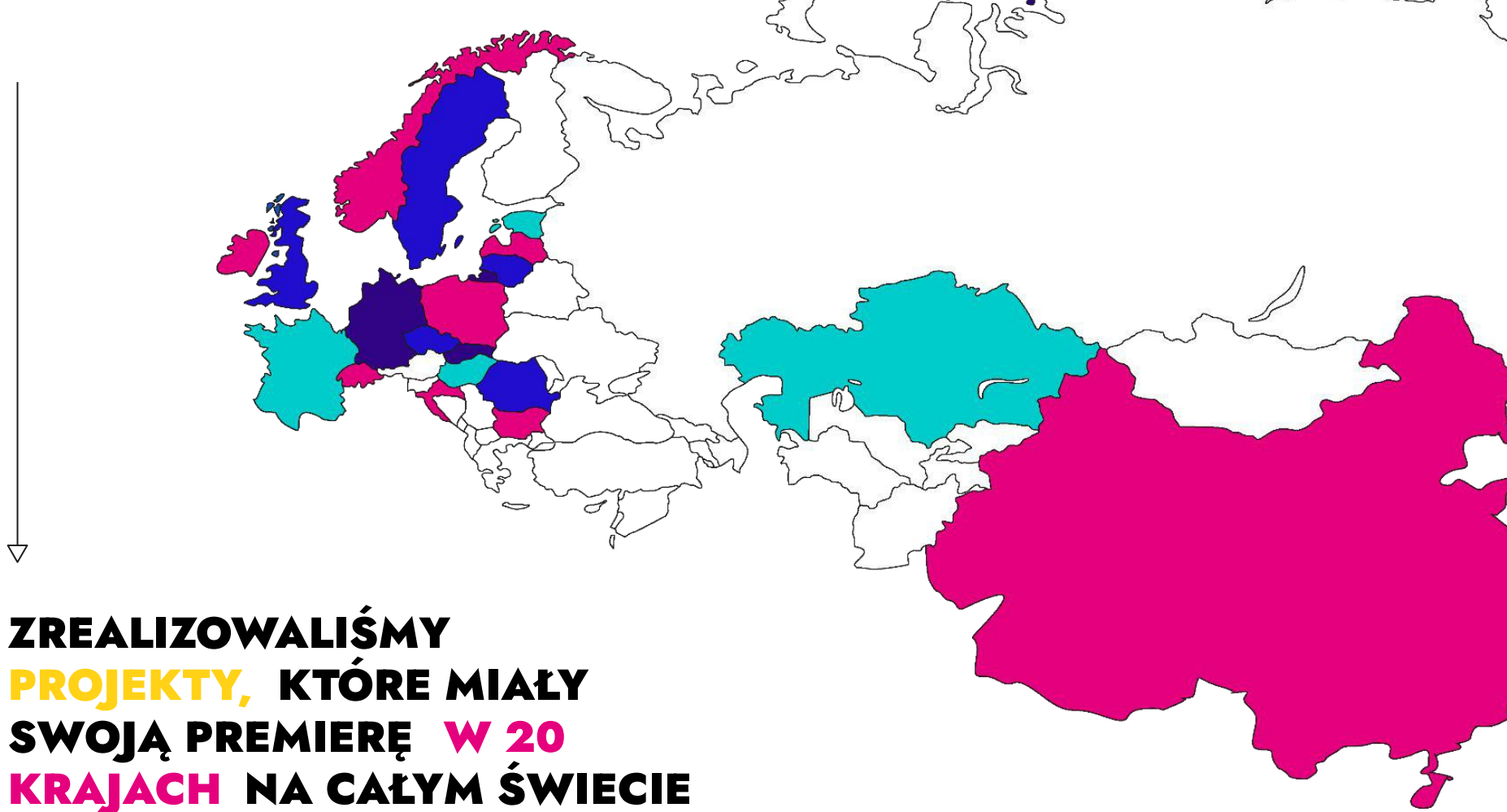
- pragmatycznego **budowania marki pracodawcy** (ang. employer branding),
- skutecznego **marketingu rekrutacyjnym**,
- inkluzywnego **zarządzania różnorodnością** (ang. Diversity, Equity & Inclusion).

Szkolenia i warsztaty prowadzone są przez uznanych trenerów i trenerek z bogatym doświadczeniem i szeroką ekspertyzą - pracowników oraz partnerów hybrydowych Be About | Hybrid Agency.



KLIENCI, KTÓRYCH WSPIERAMY PROJEKTY, KTÓRE TWORZYM

					 	
					 BNP PARIBAS	
						
						



NASZE PROJEKTY WYGRYWAJĄ POLSKIE I MIĘDZYNARODOWE NAGRODY



NAJLEPSZE DOPASOWANIE EVP DO WARTOŚCI MARKI

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2024

EBMA
Employer Brand Management Awards



SEKTOROWA EB Engineering and manufacturing

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025

EBMA
Employer Brand Management Awards



NAJLEPSZE WYDARZENIE EMPLOYER BRANDINGOWE

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025

EBMA
Employer Brand Management Awards



NAJLEPSZE WYDARZENIE EMPLOYER BRANDINGOWE

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2022

EBMA
Employer Brand Management Awards



NAJLEPSZA INNOWACJA W EMPLOYER BRANDINGU

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2022

EBMA
Employer Brand Management Awards



NAJLEPSZA INTEGRACJA MARKI PRACODAWCY W STRATEGII KOMUNIKACYJNEJ

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2022

EBMA
Employer Brand Management Awards



EMPLOYER BRANDING

Złote Spinacze 2024

**ZŁOTE
SPINACZE**



SKUTECZNA I PRZYJAZNA REKRUTACJA

Nagroda HR Dream Team 2024

**HR
DREAM TEAM**



KEY VISUAL

Wyróżnienie Employer Branding
Excellence Awards 2024

**EMPLOYER
BRANDING
EXCELLENCE
AWARDS**



INNOWACJA EB

Wyróżnienie Employer Branding
Excellence Awards 2024

**EMPLOYER
BRANDING
EXCELLENCE
AWARDS**



NASZE PROJEKTY WYGRYWAJĄ POLSKIE I MIĘDZYNARODOWE NAGRODY



EMPLOYEE ENGAGEMENT EVENT

Nagroda Eventex Awards 2025



NAJLEPSZA INICJATYWA WELLBEINGOWA

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



NAJLEPSZA WEWNĘTRZNA KOMUNIKACJA MARKI PRACODAWCY

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025 **



NAJLEPSZA ZEWNĘTRZNA KOMUNIKACJA MARKI PRACODAWCY

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



SEKTOROWA EB

Property, construction and facilities management

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



EMPLOYER BRANDING

Wyróżnienie PR Wings 2025



LIDERZY REKRUTACJI

Nagroda OLX KNOW HOW 2024



EMPLOYER BRANDING

NOMINACJA EFFIE 2025



NAJLEPSZA ZEWNĘTRZNA KOMUNIKACJA MARKI PRACODAWCY

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



SEKTOROWA EB

Financial Services

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



FILM WIZERUNKOWY

Nagroda Główna Employer Branding
Excellence Awards 2025



KAMPAANIA WIZERUNKOWA

Wyróżnienie Employer Branding
Excellence Awards 2025



FILM WIZERUNKOWY

Nagroda Główna Employer Branding
Excellence Awards 2025



NAJLEPSZA KAMPAANIA PROMUJĄCA MARKĘ PRACODAWCY

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



SEKTOROWA EB

Financial Services

Europejska Nagroda Employer
Brand Management Awards 2025



BUSINESS CASE

OPRACOWANIE NOWEJ STRATEGII I KOMUNIKACJI

CEL

Wypracowanie nowego EVP i strategii do nadchodzących kampanii rekrutacyjnych.

DZIAŁANIA

- wypracowanie strategii komunikacji w obszarze EB
- zaprojektowanie nowych EVP oraz haseł
- analiza dotychczasowych działań
- badania wewnętrzne z pracownikami oraz managementem
- materiały wizerunkowe i rekrutacyjne dla pracowników grupy





BNP PARIBAS

BUSINESS CASE

KAMPANIA SPOTOWA #UNEXPECTEDJOBS

CEL

Przygotowanie komunikacji zachęcającej do pracy w Centrach Klienta Banku BNP Paribas z użyciem różnych formatów reklamowych, w tym kampanii spotowej. Druga linia działań, to kampania wizerunkowa skierowana do potencjalnych pracowników centrali. Cały koncept kreatywny opatrzony hasłem #UNEXPECTEDJOBS, ukazującym, że kariera w banku może być nieoczywista.

DZIAŁANIA

- opracowanie pomysłu kreatywnego oraz scenariusza
- pełne przygotowanie pracowników banku do udziału w spocie
- organizacja planu zdjęciowego
- przygotowanie rekomendacji dla domu mediowego
- zaadaptowanie materiałów graficznych i contentowych do wszystkich kanałów mediowych w tym shortsy, reelsy i karuzele
- wypracowanie 4 spotów głównych oraz 2 teaserów do kampanii #UNEXPECTEDJOBS

DZIAŁANIA MARKETINGOWE • KONCEPTY KREATYWNE • PRODUKCJA SPOTÓW VIDEO

ZOBACZ TEASER KAMPANII:



ZOBACZ WSZYSTKIE SPOTY KAMPANII:





BNP PARIBAS

BUSINESS CASE

KOMPLEKSOWE WSPARCIE W OBSZARZE EB

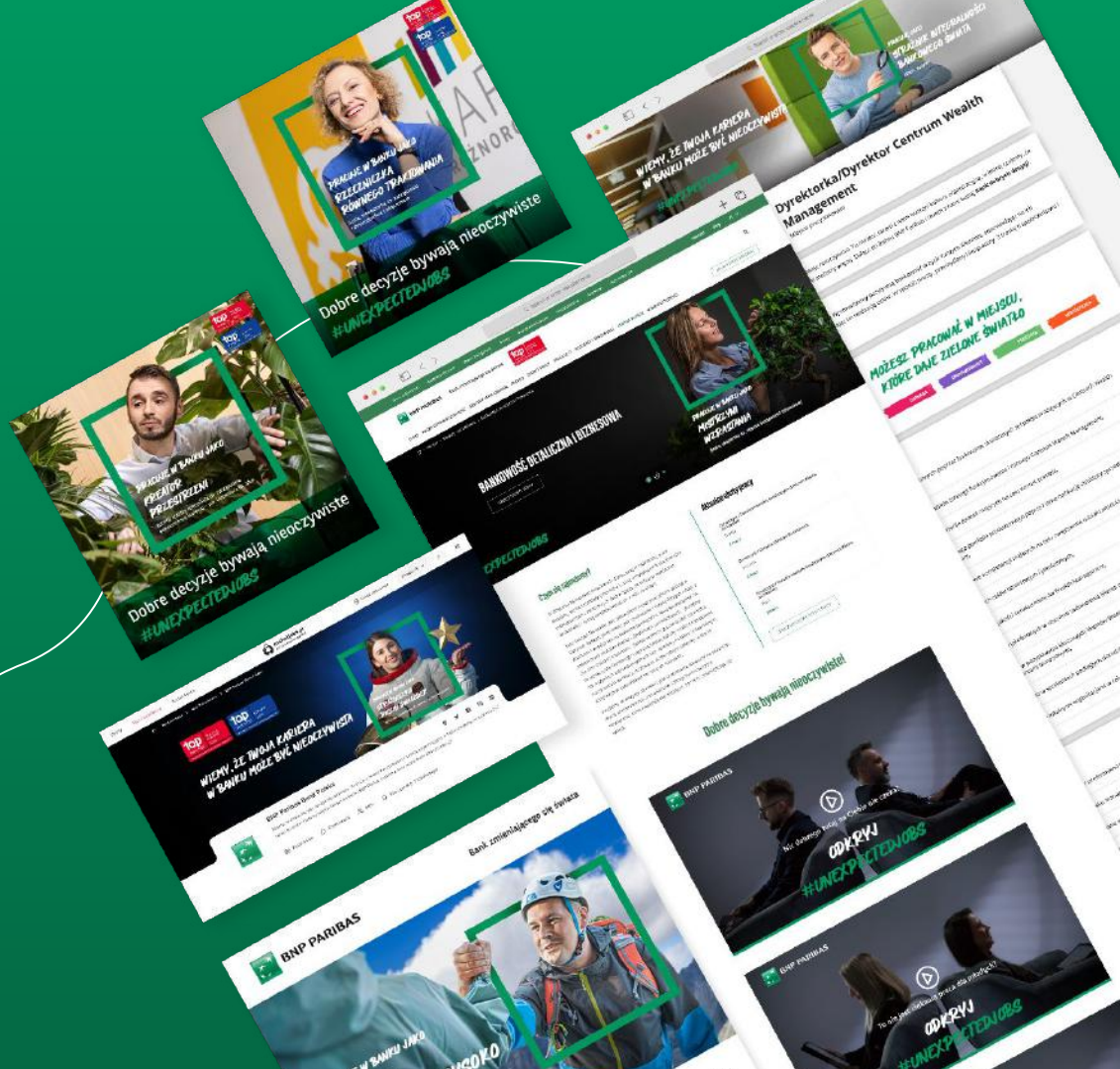
CEL

Stać się obsługą Klienta w ramach działań EB w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej. Prowadzenie komunikacji i produkcja materiałów employer brandingowych, które łączą marketingową odsłonę marki z wypracowanym EVP.

DZIAŁANIA

- wypracowanie strategii komunikacji w obszarze EB
- rekomendacja zmian na stronie karierowej banku
- komunikacja programu poleceń
- stworzenie spójnej komunikacji na całej ścieżce kandydata uwzględniającej: nowe layouty ofert pracy i profile pracodawców
- materiały wizerunkowe i rekrutacyjne dla pracowników banku

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH WEWNĘTRZNYCH
I ZEWNĘTRZNYCH W OBSZARZE EB • STRATEGIA KOMUNIKACJI



SAMSUNG

WSPARCIE DZIAŁAŃ EB I HR

CEL

Stać się obsługą Klienta w ramach działań EB i HR. Prowadzenie komunikacji i produkcja materiałów employer brandingowych, które łączą marketingową odsłonę marki z wypracowanym przez nas EVP.

DZIAŁANIA

Wspieramy Klienta zarówno w działaniach employer brandingowych, jak i HR-owych. Przygotowaliśmy nowe EVP oraz całość materiałów graficznych.

Prace obejmowały również przygotowanie całego procesu onboardingu oraz welcome packów dla nowych pracowników firmy. W zakresie naszych działań jest również stworzenie Programu Managerskiego i przeprowadzenie kampanii wizerunkowej oraz rekrutacyjnej na takich kanałach jak LinkedIn, Instagram czy Facebook.

BADANIA I POZYCJONOWANIE MARKI · EVP · STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360° · KAMPANIA WIZERUNKOWA · TESTIMONIALE Z PRACOWNIKAMI · WSPARCIE PODCZAS WYDARZEŃ FIRMOWYCH (HR I EB) · STRONA WWW · DESIGN



SAMSUNG

KICK OFF I TESTYMONIALE

CEL

Przygotowanie materiału wideo - 7 testymoniali do promocji marki pracodawcy Samsung. Promocja przygotowanego materiału połączona z integracją dla wszystkich pracowników Samsung Electronics Polska.

DZIAŁANIA

Przygotowanie 7 materiałów video, przedstawiających pracę w firmie Samsung Electronics Polska. W ramach materiału poruszono obszar benefitów czy przekroju działów. Następnie zaprezentowano testymoniale podczas kick-offa dla pracowników. W ramach wydarzenia przygotowano całość identyfikacji wizualnej wraz z hasłem przewodnim: "It is all about People. Samsung. Design Your Experience". Na pracowników czekały słodkości w kolorach EVP oraz z logotypem Samsung, lody azotowe czy designerskie kubki termiczne.

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360°

• WIZERUNEK PRACODAWCY • WYDARZENIA OFFLINE
• SOCIAL MEDIA • DESIGN



OD STRATEGII PO CODZIENNE WSPARCIE W DZIAŁANIACH EB

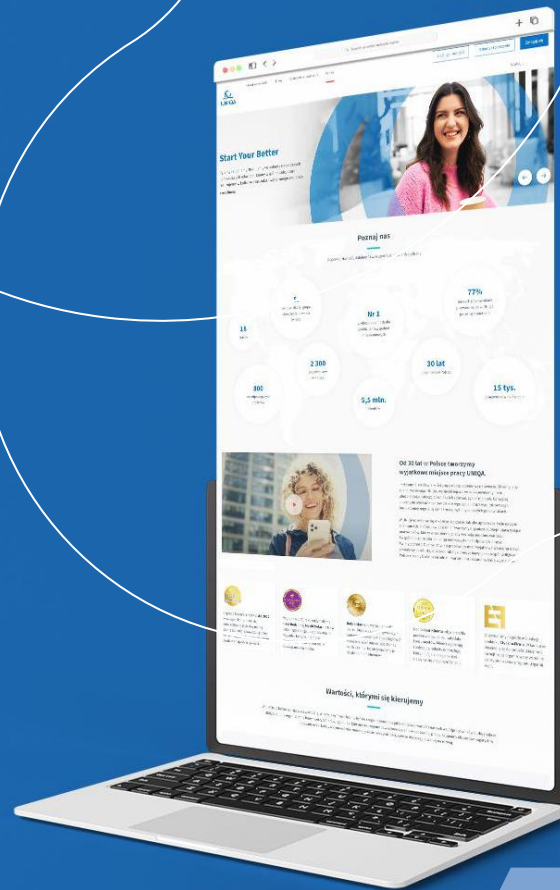
CEL

Stworzenie Employee Value Proposition marki UNIQA oraz zbudowanie strategii komunikacji pracodawcy na podstawie przeprowadzonych badań: "diad przyjaźni", czyli badania satysfakcji, opinii pracowników oraz badań zewnętrznych i dodatkowym benchmarkingiem dotychczasowych działań Klienta.

DZIAŁANIA

Zaprojektowaliśmy nową zakładkę kariery dla całej Grupy UNIQA w Polsce. W ramach prac przygotowana została strategia działań wraz z doбором kanałów i komunikatów employer brandingowych. Stworzyliśmy nową propozycję contentową i graficzną, która ma na celu wyróżnić Klienta spośród pozostałych pracodawców opartą na zrealizowanej sesji zdjęciowej z pracownikami UNIQA, których wyłoniliśmy na podstawie konkursu wewnętrznego "Zostań Twarzą Marki Pracodawcy".

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360° • BADANIA I POZYCJONOWANIE MARKI EVP • DZIAŁANIA CSR • STRONA WWW • DESIGN • SESJA ZDJĘCIOWA



KAMPANIA WEWNĘTRZNA "UNIQAłny TO TY"

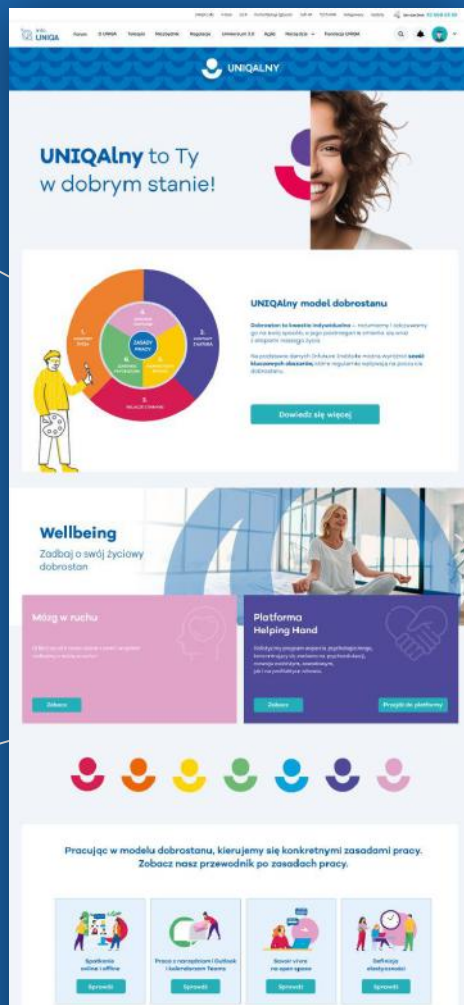
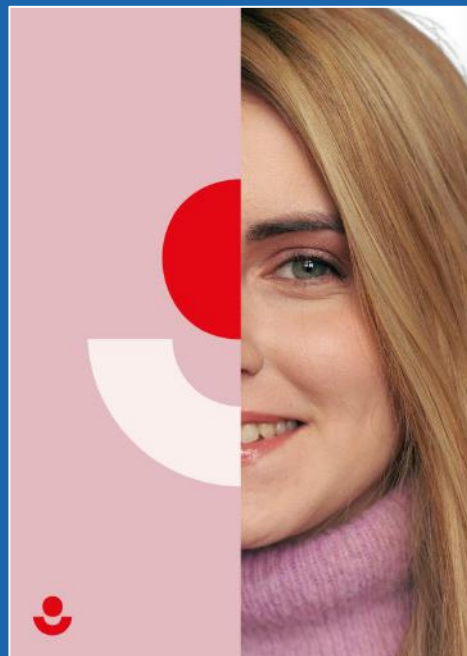
CEL

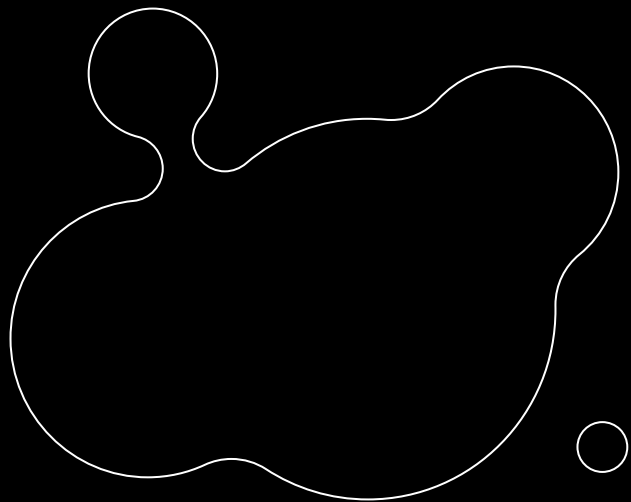
Pomysł kreatywny wraz z wdrożeniem kampanii wewnętrznej mającej na celu w przystępny, przyjazny i unikalny sposób promować zasady pracy oraz model dobrostanu UNIQA. Celem działań było pokazanie ważnych aspektów pracy w niestandardowy sposób, który dotrze do pracowników i pozwoli zachować je w ich świadomości na dłużej.

DZIAŁANIA

Zaprojektowaliśmy całą komunikację projektu UNIQAłny oraz dostosowaliśmy propozycję graficzną zgodną z przygotowanym brandbookiem. W ramach prac przygotowana została strategia działań wraz z doбором kanałów i komunikatów employer brandingowych. Stworzyliśmy nową zakładkę UNIQAłny w Intranecie i połączyliśmy ją z przestrzenią wellbeingową. Przygotowaliśmy wydarzenie otwierające program podczas którego wystąpił Klub Komedii. Powstała gra planszowa, plakaty, pop-upy, mailingi, artykuły i gadzety, które utrwalają zasady pracy wśród pracowników UNIQA.

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360° • BADANIA I POZYCJONOWANIE MARKI EVP • DZIAŁANIA CSR • STRONA WWW • DESIGN • SESJA ZDJĘCIOWA





KAMPANIE EB

DLA REGIONU POLSKI I KRAJÓW BAŁTYCKICH



Coca-Cola
HBC



BE ABOUT
HYBRID AGENCY

Moja magia zaczyna się o 6:00. *Reszta dzieje się sama.* Prawie.

Inside the Bottles.
W środku marki.



Marki codziennie sprawia, że linia produkcyjna działa szybciej, mądrzej i bezpieczniej. W Coca-Cola HBC nie tylko nadąża za zmianami — on je napędza. To jego rytm, jego pasja, jego sposób na **Work Your Magic**.

Dołącz do zespołu Coca-Cola HBC!



• I KAMPANIA WIZERUNKOWA •

INSIDE THE BOTTLES. W ŚRODKU MARKI - COCA - COLA

Każda marka ma swój znak rozpoznawczy. W Coca-Cola HBC to trzy charakterystyczne butelki – symbol tradycji, jakości i wyjątkowości marki. Chcemy zajrzeć jednak głębiej, udowadniając, że to, co naprawdę buduje markę, nie jest w butelce – tylko w ludziach, którzy są w jej środku.

Za każdą linią produkcyjną, każdą dostawą, każdym spotem czy kampanią stoją ludzie z pasjami, rytuałami i codziennością. To oni nadają tej marce rytm. Widzimy ich nie tylko w fabrykach, ale i poza nimi: słuchających podcastów, biegających rano, grających z dziećmi w planszówki, pijących kawę, scrollujących nowe pomysły.

Każdy z nich ma swoją małą historię, a razem tworzą historię marki.

W kampanii “Inside the Bottles. W środku marki.” to właśnie osoby pracujące w Coca Cola HBC stają się bohaterami. Nie pozują. Nie grają ról. Po prostu są sobą w środku swojej codzienności, w środku butelek, w środku marki.

Kampania jest również wizualnym i emocjonalnym przedłużeniem EVP “We play to grow and win. Do you?” . Pokazuje, że to właśnie ludzie są energią, która napędza markę.

Bo marka to nie logo. Marka to ludzie, którzy nadają jej smak.

I KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII



Moja magia zaczyna się o 6:00. *Reszta dzieje się sama.*
Prawie.

Inside the Bottles.
W środku marki.



Marki codziennie sprawia, że linia produkcyjna działa szybciej, mądrzej i bezpieczniej. W Coca-Cola HBC nie tylko nadąża za zmianami — on je napędza. To jego rytm, jego pasja, jego sposób na **Work Your Magic**.

Dołącz do zespołu Coca-Cola HBC!



Kiedy 200 tys. butelek jedzie w dobrą stronę — wiem, że *prowadzimy zmiany*.

Inside the Bottles.
W środku marki.



Aniś łączy dane, ludzi i kierunki — tak, żeby każdy produkt trafił tam, gdzie trzeba. W Coca-Cola HBC **Lead the Change** oznacza realny wpływ. Każda decyzja to kolejny ruch, który prowadzi firmę i zespół do przodu.

Dołącz do zespołu Coca-Cola HBC!



Wczoraj byłem studentem.
Dziś jestem specjalistą.

Inside the Bottles. W środku marki.

Jarek wchodzi do świata, gdzie każdy dzień to nowe zadanie, nowy projekt i nowa lekcja. W Coca-Cola HBC **Grow Everyday** to coś więcej niż obietnica — to sposób pracy i życia. Tu młodzi nie czekają na swoją szansę. Oni ją dostają od pierwszego dnia.

Dołącz do zespołu Coca-Cola HBC!



* Imiona i stanowiska bohaterów zostały wymyślone na potrzeby próbnych KV - do finalnego potwierdzenia z Klientem.

**We Play to
Grow and Win,
Do You?**



*This is who we are.
Join us.*

Visit our website:



• II KAMPANIA WIZERUNKOWA •

POZA ETYKIETĄ.

Każdy z nas ma jakąś etykietę. Przyklejają ją inni, czasem na podstawie pierwszego wrażenia, innym razem z przyzwyczajenia, a czasami dlatego, że tak jest łatwiej. Natomiast żadna etykieta nie mówi całej prawdy.

Tak samo jak na butelce – to, co najważniejsze, zawsze jest w środku: wartość, jakość, historia. Wszystko to, czego nie widać na pierwszy rzut oka, a co naprawdę buduje tożsamość.

W świecie, który coraz częściej etykietuje ludzi po stanowisku, wieku, doświadczeniu czy stylu życia osoby kandydujące chcą być postrzegane autentycznie i bez uproszczeń. Chcą, by marka dostrzegała człowieka, nie tylko rolę.

Badania, które przeprowadziła Coca-Cola HBC, potwierdzają to jednoznacznie: kandydaci szukają miejsca, w którym mogą być sobą, rozwijać się na własnych zasadach i czuć, że to, co wnoszą od siebie, naprawdę ma znaczenie.

Dlatego to idealny moment, by marka pokazała, że widzi ludzi takimi, jacy są naprawdę, z ich pasjami, emocjami i potencjałem, który nie mieści się w żadnej etykiecie.

II KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII



Tacy jesteśmy.
Dołącz do nas.



Odwiedź naszą stronę:



Tacy jesteśmy.
Dołącz do nas.



Odwiedź naszą stronę:



Tacy jesteśmy.
Dołącz do nas.



Odwiedź naszą stronę:



II KONCEPCJA KREATYWNA KAMPANII



Tacy jesteśmy.
Dołącz do nas.



Odwiedź naszą stronę:



Coca-Cola
HBC

**Nie czekam, aż ktoś zrobi coś
za mnie. Wprowadzam zmiany
tam, gdzie mogę.**
A Ty?



Tacy jesteśmy.
Dołącz do nas.

Odwiedź naszą stronę:



Coca-Cola
HBC

STRATEGIA DZIAŁAŃ I KAMPANIE REKRUTACYJNE DLA SOLARIS BUS&COACH

BLUE COLLARS



CEL DZIAŁAŃ

Propozycja kampanii rekrutacyjnej będzie miała na celu bezpośrednie dotarcie do grup docelowych: inżynierów oraz pracowników produkcyjnych. Do każdej ze wspomnianych obszarów stanowisk przygotujemy bezpośrednio skierowane działania, które pozwolą na zatrudnienie 390 pracowników produkcji oraz 50 osób na potrzeby stanowisk inżynierskich.

Podjęte działania będą miały wydźwięk długofalowy, pozwolą pozostać w świadomości kandydatów na dłużej. Ponadto komunikacja dotrze nie tylko w okolice zakładów Solaris, ale przede wszystkim do Poznania i okolicznych miejscowości, dla których potencjał marki wcześniej mógł być niedostrzegalny.



KOMUNIKACJA PARASOŁOWA MARKI PRACODAWCY POD HASŁEM KARIERA NABIERA ROZPĘDU Z SOLARIS!

Nadanie komunikacji tzw. parasola, który połączy wszystkie możliwe kanały oraz pozwoli zachować spójność i nadać tone of voice całej kampanii.

Naszym komunikatem będzie podkreślenie we wszystkich dostępnych kanałach i formach employer brandingowego hasła „Kariera nabiera rozpędu w Solaris”. „Rozpęd” nawiązuje do tempa, energii i postępu, nie tylko do rozwoju firmy, ale również osób pracujących w Solaris, którzy są współtwórcami przyszłości transportu.

W hasło łączymy dwa motywy (podkreślając mocne strony marki): rozwoju zawodowego z dynamiczną, innowacyjną naturą branży transportowej i technologicznej. Hasło wzywa do działania, zapraszając osoby do dołączenia do zespołu i wzrostu zawodowego, gdzie rozwój kariery odbywa się w szybkim, pełnym wyzwań tempie, podobnie jak praca silników nowoczesnych (elektrycznych) autobusów.

Nasze przesłanie to przede wszystkim: **dołączając do Solaris, nie tylko rozwijasz swoją karierę, ale również przyspieszasz rozwój innowacyjnych rozwiązań w branży.**



WARSTWA GRAFICZNA

W warstwie graficznej skupiliśmy się na zbliżeniach „na szczegół”. Dokładniej na elementy, które kojarzą się z pracą w Solaris, produktami marki, elektromobilnością oraz najwyższą jakością.

W ramach kampanii chcemy zachęcić do pracy zwracając uwagę nie tylko na atrybuty marki pracodawcy, ale przede wszystkim na innowacyjny, jakościowy produkt, mający wpływ na nasze otoczenie. Nasze komunikaty oparte są na grze słownej, która zwraca uwagę na fizyczne cechy autobusów oraz symboliczne znaczenie odnoszące się do cech kandydatów i kandydatek.



SOLARIS
Grupa Solaris

Kariera nabiera rozpędu z Solaris

**Zasilaj naszą
siłę napędową.**

Dołącz do Solaris i pracuj nad **nowoczesnymi
rozwiązaniami inżynierskimi.**

 **Zobacz nasze oferty pracy**
– zeskanuj QR kod do solarisbus.com/pl/kariera



Kariera nabiera rozpędu z Solaris

Zasilaj naszą siłę napędową.

Dołącz do Solaris i pracuj nad **nowoczesnymi**
rozwiązaniami inżynierskimi.



Zobacz nasze oferty pracy
– zeskanuj QR kod do solarisbus.com/pl/kariera



Kariera nabiera rozpędu z Solaris

Zasilaj naszą siłę napędową.

Dołącz do Solaris i pracuj nad **nowoczesnymi**
rozwiązaniami inżynierskimi.



Zobacz nasze oferty pracy
– zeskanuj QR kod do solarisbus.com/pl/kariera



Przykładowe odsłony i propozycji
kreatywnej kampanii Kariera
nabiera rozpędu z Solaris.



LINIA II

KARIERA NABIERA ROZPĘDU Z SOLARIS

Kompozycja: na grafice umieściliśmy fragment fotelu kierowcy autobusu, charakterystycznego dla firmy Solaris, przez co nawiązujemy do naszego podhasła "Rozsiądź się wygodnie w Solaris". Naszym KValem podkreślamy, że zatrudniamy do pracy na dłużej, dlatego można się rozsiąść. W kompozycji zwracamy uwagę na detale i widok za oknem, który symbolizuje nowe perspektywy.

Tło i kolorystyka: jasna, bazująca na różnych odcieniach koloru zielonego, kojarzącego się bezpośrednio z marką Solaris.

Na grafice znajduje się hasło parasolowe "Kariera nabiera rozpędu z Solaris" oraz logo marki. Nie zapominamy również o CTA: „Sprawdź nasze oferty pracy: solarisbus.com/pl/kariera"

KARIERA NABIERA ROZPĘDU Z SOLARIS

Rozsiądź się
wygodnie w Solaris.

Zobacz nowe perspektywy
pracy na produkcji.

Sprawdź oferty pracy:
solarisbus.com/pl/kariera



KARIERA NABIERA ROZPĘD Z SOLARIS

Rozsiądź się wygodnie w Solaris.

Zobacz nowe perspektywy pracy na produkcji.

Sprawdź oferty pracy:
solarisbus.com/pl/kariera



KARIERA NABIERA ROZPĘD Z SOLARIS

Rozsiądź się wygodnie w Solaris.

Zobacz nowe perspektywy pracy na produkcji.

Sprawdź oferty pracy:
solarisbus.com/pl/kariera



Przykładowe odsłony II propozycji kreatywnej kampanii Kariera nabiera rozpędu z Solaris.



Struktura ogłoszenia w przejrzysty i atrakcyjny sposób przekazuje najważniejsze informacje o firmie, jej sukcesach, wartościach, czy obowiązkach, wymaganiach i benefitach dostępnych na danym stanowisku.

Jako Specjalista/Specialistka ds. Sterowania Produkcją, będziesz odpowiadać za:

- sprawę i efektywną współpracę z działem firmy w celu efektywnego przygotowania docelnych planów produkcji;
- codzienną aktualizację realizacji planu produkcji za dzień poprzedni, opartą na analizie raportów z działów produkcyjnych z poszczególnych zmian;
- dostarczenie nad wymaganą informacji na produkcji, aby zapobiec

- wykazywać wydzielone na własnym zapleczu i zrytualizacji procesy, logistykę lub pokrewnym,
- doświadczać na stanowisku o podobnym zakresie obowiązków w firmie produkcyjnej,
- wiedzieć z zakresu organizacji procesów logistycznych i procesów logistycznych,
- bardzo dobrze zrealizować obsługę komputerową, w szczególności programy MS Excel,
- umietyć obsługiwać organizację oraz zrealizować analitycznego myślenia,
- samodzielność i kierownictwo w realizacji zadań,
- znajomość MS Access oraz systemu SAP
- jako doświadczonego starszego,
- zainteresowanie branżą motoryzacyjną i wiedza na temat fizycznych rozmiarów w pojazdach użytkowanych jako miła wiedza osobista,
- gotowość do pracy w systemie dwumiejscowym.

				
Pay into pension plans	Self-insurance method	Pay the law firm's costs (10% of the costs of the law firm)	Pay for a company's costs	Pay for the costs of the company
				
Pay for the costs of the company	Pay for the costs of the company	Pay for the costs of the company	Pay for the costs of the company	Pay for the costs of the company

1. Aplikacija online
Korisnik bira hoće li aplikaciju instalirati na računalo ili na mobilni telefon

2. Analiza CV
Na temelju informacija iz CV-a aplikacija odabire najbolje odgovarajuće kandidature

3. Zapošljavanje na razumov
Usporedba s potrebama poslodavca i odabir 10-15 najboljih kandidatura, koje poslodavac i najboljih kandidatura razgovaraju o mogućim poslovnim uvjetima

4. Dječije
Na temelju razgovora, aplikacija odabire najbolju kandidaturu

Application:

[illegible]

WSPARCIE 360° EB I HR

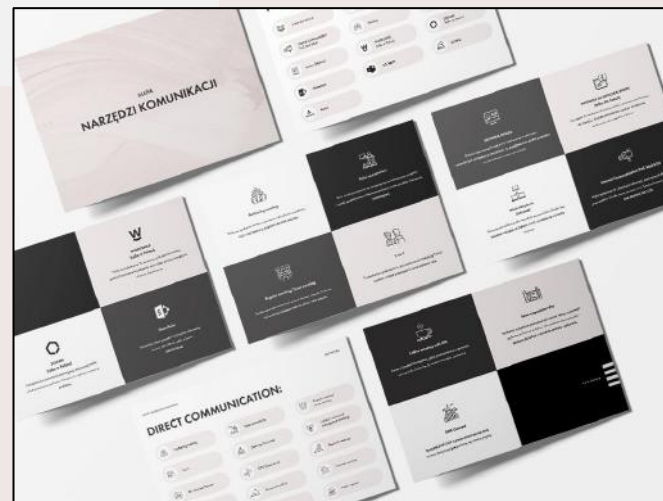
CEL

Stala obsługa Klienta w ramach działań EB i HR. Prowadzenie komunikacji i produkcja materiałów employer brandingowych, które łączą globalne wytyczne firmy wraz z lokalnie wypracowanym EVP. Działania są prowadzone na rynku czeskim i polskim.

DZIAŁANIA

W ramach ostatnich projektów przygotowaliśmy materiały wspierające kierowników oraz pracowników perfumerii w codziennych zadaniach. Przedstawiliśmy w jasny i rzetelny sposób wartości Sephora oraz umiejętności = kompetencje, które będą przydatne w pracy. Przygotowaliśmy również materiały wspierające dział komunikacji w procesie onboardingowym czy podczas globalnego badania zaangażowania. Wszystkie działania i materiały przygotowujemy w języku polskim oraz czeskim.

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360° • DZIAŁANIA MARKETINGOWE • WSPARCIE PODCZAS WYDARZEŃ HR



BUSINESS CASE

GLOBAL ENGAGEMENT SURVEY

CEL

Przygotowanie komunikacji zachęcającej pracowników Sephora do wzięcia udziału w Globalnym Badaniu Zaangażowania 2023. Oczekiwana przez Klienta frekwencja miała wynosić 90%.

DZIAŁANIA

W ramach działań przygotowaliśmy cykl komunikatów potwierdzających wypełnienie ankiety przez właściwych pracowników Sephora oraz zachęcających pozostałych do zrobienia tego samego.

Na grafikach umieściliśmy cytaty oraz zdjęcia przedstawicieli biura, oraz perfumerii, które publikowaliśmy w mailingach, co dwa dni, przypominając frekwencje na dany dzień. Komunikacja okazała się tzw. strzałem w 10, a frekwencja wyniosła aż 95%.

95%

Frekwencja badania
zaangażowania 2023

ENGAGEMENT SURVEY
YOUR VOICE MATTERS

GLOBALNE BADANIE ZAANGAŻOWANIA 2023

Stwórzmy RAZEM lepszy świat Sephora.

Make your voice heard!

Już 25 maja ruszamy z kolejną odsłoną Globalnego Badania Zaangażowania.

Twój głos ma wielkie znaczenie, dlatego zapraszamy Cię do udziału w badaniu i podzielenia się swoją opinią.

CO ZROBIĆ, ABY WZIĄĆ UDZIAŁ?

Jeśli posiadasz służbowy adres e-mail
Otrzymasz indywidualny link na swoją pocztę.

Jeśli nie posiadasz służbowego adresu e-mail
KROK 1: Otrzymasz link lub QR kod od managera.
KROK 2: login: ID pracownika z systemu MSC*
hasło: rok urodzenia

Od 25.05 czekamy na Twoją opinię, aby wspólnie zmieniać świat Sephora!

*ZNAJDEZESZ KLIKAJĄC W KAFEEK „JAKOŚ PROPIE” NA STRONIE GŁÓWNEJ W SEKCJI „DANE BIOGRAFICZNE”

SEPHORA

Global Engagement Survey 2023

Make your voice heard!

Pojedźme SPOŁECZNIE vytvořit lepší svět Sephory.

Vážení přátelé,

jak víte, zahajujeme náš Globalní Průzkum Angažovanosti, který bude probíhat od 25 května do 8 června 2023. Pro mě a celý tým vedoucích pracovníků je velmi důležité dozvědět se více o tom, jaké prvky ovlivňují vaši angažovanost ve společnosti Sephora, a hlavně zjistit, v jakých oblastech můžeme pracovat lépe. Nyní, více než kdy jindy, vám chceme naslouchat a ujistit se, že naše kroky a více budoucnosti společnosti Sephora jsou správné. Proto je průzkum Globalní Průzkum Angažovanosti tak důležitý. Každý z vás má možnost podělit se o své každodenní zkušenosti a nápady pro budoucnost společnosti Sephora. Průzkum je zcela důvěrný a všechny odpovědi budou shrnuty - žádné individuální odpovědi nebudou viditelné ani sdílené. Vyplnění dotazníku by mělo trvat přibližně 20 minut. Ti z vás, kteří mají firemní e-mailovou adresu, obdrželi 25. května do své e-mailové schránky pozvánku k vyplnění průzkumu. V případě jakýchkoli dotazů je vám k dispozici náš mistrní tým lidských zdrojů. Doufám, že této příležitosti využijete. Těším se na výsledky průzkumu.

#WeareSephora

Katarzyna Bielecka
Dyktorka Generalna
Sephora Poland and Czech Republic

BUSINESS CASE

OBSŁUGA GOWORKA

CEL

Zmniejszenie liczby negatywnych komentarzy na profilu GoWork Klienta oraz wywoływanie i prowadzenie dyskusji, tym samym wzmocnienie liczby pozytywnych i neutralnych komentarzy.

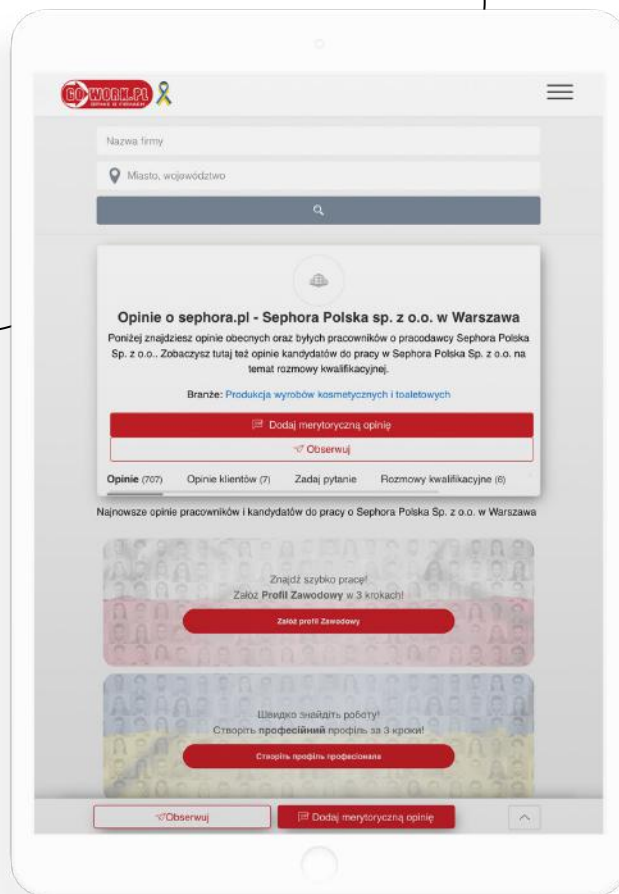
DZIAŁANIA

Stworzyliśmy konta, których zadaniem było rozpoczęcie dyskusji o tym, czym Sephora może pochwalić się kandydatom i pracownikom firmy, dyskusje o benefitach, atmosferze w pracy czy etapach procesu rekrutacji. Im więcej pojawiało się odpowiedzi na negatywne wpisy, tym mniejsza była ich częstotliwość, aż wreszcie pozostało ich kilka w skali miesiąca,

230%

Wzrost pozytywnych komentarzy*

*Wzrost w skali miesiąca. Dodatkowo zmniejszenie negatywnych komentarzy tylko do 10% wszystkich komentarzy.



PEŁNA STRATEGIA I OBSŁUGA EB

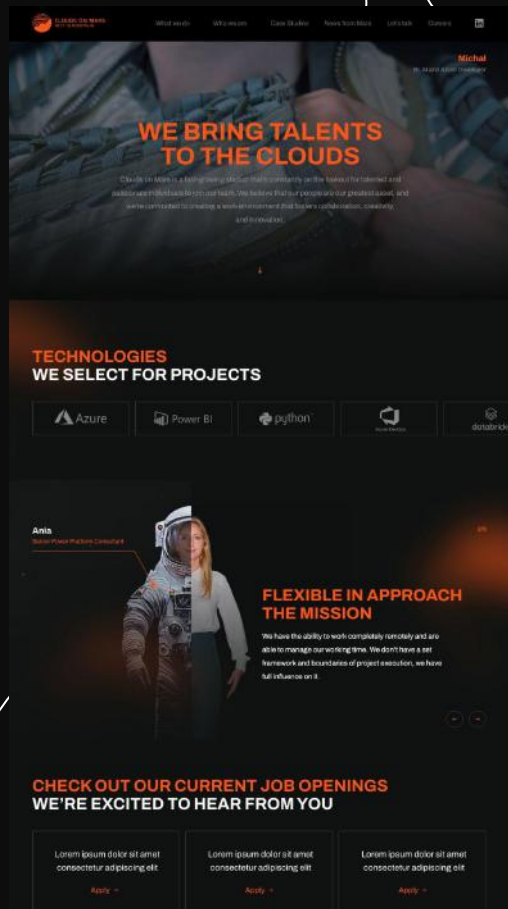
CEL

Stworzenie Employee Value Proposition marki Clouds On Mars oraz zbudowanie strategii komunikacji pracodawcy na podstawie przeprowadzonych badań: "diad przyjaźni", czyli badania satysfakcji, opinii pracowników. Wspomaganych benchmarkingiem i analizą dotychczasowych działań Klienta.

DZIAŁANIA

Zaprojektowaliśmy nową zakładkę kariery opartą o wypracowane EVP oraz nową identyfikację graficzną. W ramach prac przygotowana została strategia działań wraz z doбором kanałów i komunikatów employer brandingowych. Stworzyliśmy nową propozycję contentową i graficzną, która ma na celu wyróżnić Klienta spośród pozostałych pracodawców opartą na zrealizowanej sesji zdjęciowej z pracownikami Clouds On Mars.

STRONA WWW · DZIAŁANIA CSR · STAŁE WSPARCIE KLIENTA
W DZIAŁANIACH EB I HR 360° · BADANIA I POZYCJONOWANIE MARKI
EVP · DZIAŁANIA MARKETINGOWE



KOMUNIKACJA W PRIDE MONTH

CEL

Przygotowanie wyróżniającej komunikacji z okazji Pride Month dla marki Circle K z uwzględnieniem globalnych materiałów od Klienta. Współpraca w zakresie marketingu EB i tworzenia treści.

DZIAŁANIA

Przygotowaliśmy kolorową kampanię graficzną promującą Pride Month w social mediach Circle K. Całość dostosowaliśmy do globalnych materiałów Klienta. Skupiliśmy się przy tym zadaniu na warstwie contentowej. Hasło "STACJA-PRACA" stało się parasolem dla pozostałych działań EB naszego Klienta.



TARGI, EVENTY I INTEGRACJE

CEL

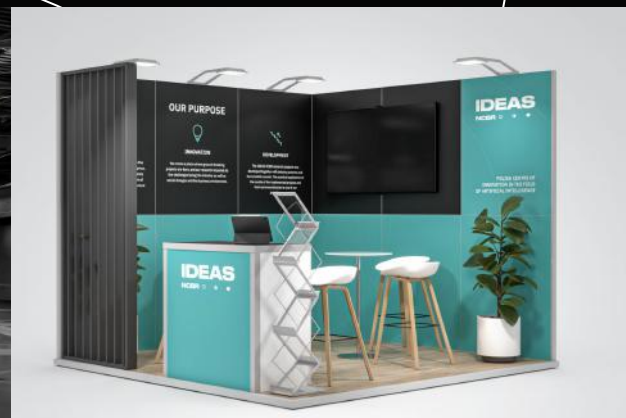
Przygotowanie stoiska IDEAS NCBR do wykorzystania podczas targów pracy i promocji Klienta wśród społeczności akademickiej oraz studentów. Ponadto, celem było opracowanie pomysłów kreatywnych wraz z realizacją integracji pracowników IDEAS NCBR.

DZIAŁANIA

Przygotowaliśmy projekt stoiska i model 3D. Zajęliśmy się również wyposażeniem przestrzeni w meble i personalizowane gadżety oraz materiały promujące IDEAS NCBR.

Do naszych zadań należało również wsparcie Klienta podczas wydarzeń akademickich i branżowych, obecność wraz z Klientem na targach, montaż i demontaż stoiska (wraz z magazynowaniem).

W działaniach związanych z integracją pracowników opracowaliśmy koncepcję kreatywną wydarzenia, przygotowaliśmy wszystkie materiały graficzne i contentowe, sprawowaliśmy pieczę nad całą warstwą techniczną wydarzenia.



OD REBRANDINGU PO DZIAŁANIA 360°

CEL

Przygotowanie komunikacji związanej z rebrandingiem marki dla pracowników i kandydatów. Druga linia działań, to zbudowanie strategii employer brandingowej pracodawcy w wymagającej branży innowacyjnych materiałów budowlanych.

DZIAŁANIA

Przeprowadziliśmy kampanię rebrandingową wśród pracowników Holcim Polska (dawniej Lafarge). Przygotowaliśmy komunikację oraz wydarzenia dla pracowników, które miały pomóc im zapoznać się z nową marką i wartościami, które ze sobą niesie.

Po wprowadzeniu do firmy nowej nazwy i elementów strategicznych związanych z rebrandingiem zajęliśmy się szeroko pojętym employer brandingiem.





LOKALNE EVP I WYJĄTKOWY EVENT REKRUTACYJNY

CEL

Stworzenie lokalnej Employee Value Proposition marki Reckitt IT Hub oraz zbudowanie strategii komunikacji pracodawcy na podstawie przeprowadzonych badań: "diad przyjaźni", czyli badania satysfakcji oraz opinii pracowników Reckitt. Wspomaganych benchmarkingiem i analizą dotychczasowych działań Klienta.

DZIAŁANIA

Przeprowadziliśmy badania wśród pracowników firmy, na ich podstawie przygotowaliśmy interpretację globalnego EVP oraz tone of voice. Ponadto, opracowaliśmy i zrealizowaliśmy pierwszy w Polsce nocny festiwal rekrutacji - Reckitt Night Recruitment Festival. Podczas festiwalu 60 kandydatów mogło odbyć rozmowy rekrutacyjne, z których część zakończyła się otrzymaniem listu intencyjnego pod koniec eventu. Ponadto, zapewniliśmy jedyną w swoim rodzaju rywalizację z nagrodami w dwóch grach VR oraz w interaktywnym quizie Menti.

MIEJSCE PRACY I ŚRODOWISKO • WIZERUNEK PRACODAWCY •
ORGANIZACJA EVENTU • BADANIA PRACOWNICZE • STWORZENIE
EVP I STRATEGII EB • DESIGN





KREACJA E-BOOKÓW Z OLGĄ LEGOSZ

CEL

Bieżące wsparcie fundacji "Sukces Pisany Szminką" z zakresu copywritingu i wsparcia graficznego dla różnorodnych inicjatyw w tematyce rynku pracy, rekrutacji i możliwości rozwoju kariery.

DZIAŁANIA

Zaprojektowaliśmy i współtworzyliśmy treści wraz z Olgą Legosz @nomadmum81 serię E-booków, które były kompendium wiedzy o poszukiwaniu pracy w dzisiejszym świecie. Świecie zdominowanym przez technologie, nastawionym na ludzi aktywnych i świadomych a przy tym zdeterminowanych i nie bojących się wyjść poza schemat.



WSPARCIE DZIAŁAŃ EB I HR

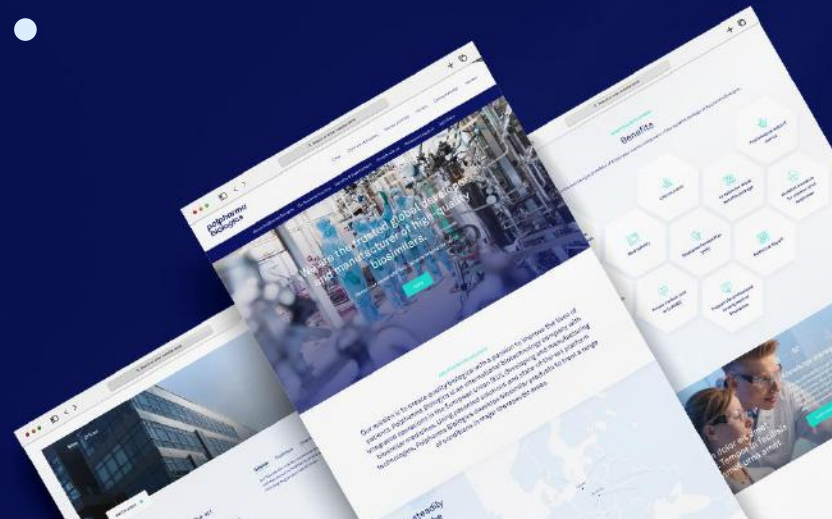
CEL

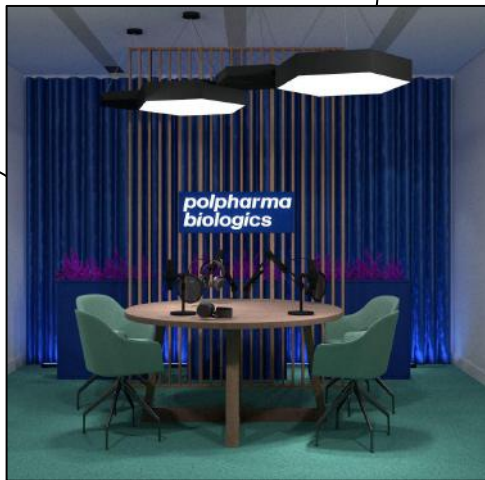
Stałe wsparcie rekrutacji w grupie docelowej specjalistów ekspertów oraz działania employer brandingowe w Polsce oraz za granicą. Współpraca ze społecznością akademicką.

DZIAŁANIA

Wspieraliśmy rekrutację Klienta (specjaliści/eksperci). Zweryfikowaliśmy istniejące oraz stworzyliśmy nowe ogłoszenia o pracę. Wyprodukowaliśmy, wraz z całościową organizacją, stoisko targowe. Stworzyliśmy Candidate Briefing Pack - materiał wspierający rekrutację. Wyprodukowaliśmy dwa filmy promujące Warszawę i Gdańsk, mające na celu dotarcie do zagranicznych ekspertów. Zajęliśmy się kompleksową organizacją udziału Klienta w targach pracy w Polsce, jak i za granicą. Nawiązaliśmy współpracę z uczelniami wyższymi i podmiotami akademickimi. Opracowaliśmy i wdrożyliśmy program ambasadorski. Przygotowaliśmy projektu i wdrożenie nowej strony karierowej.

STRATEGIA - WSPARCIE 360 EB - TARGI - MATERIAŁY REKRUTACYJNE -
WSPÓŁPRACA Z UCZELNIAMI - PROGRAM AMBASORSKI -
KREACJA - DESIGN





STUDIO PODCASTOWE

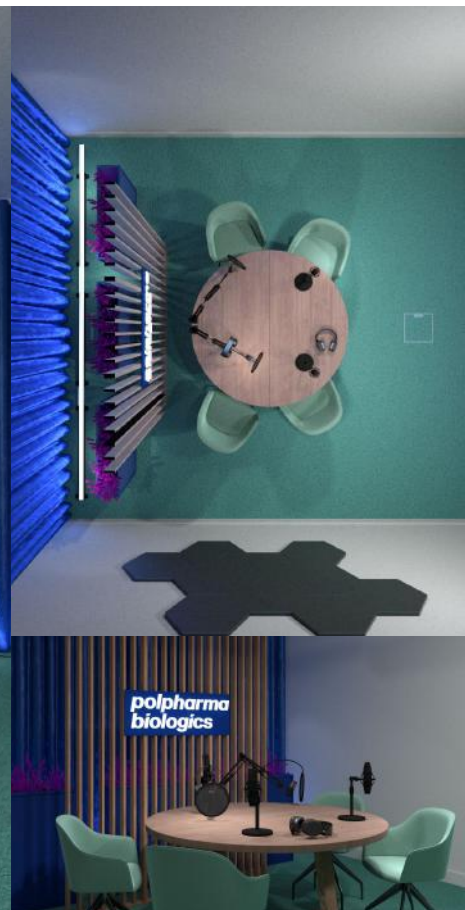
CEL

Dotarcie do potencjalnych pracowników Polpharma Biologics z komunikacją employer brandingową. Budowanie świadomości marki jako eksperta w swojej dziedzinie.

DZIAŁANIA

W ramach prac przygotowany został projekt, a następnie zaaranżowano studio podcastowe. Materiały nagrano we współpracy z portalem biotechnologia.pl

Opracowano strategię, przygotowano warstwę contentową oraz graficzną w ramach obsługi SM Klienta (LinkedIn, Facebook).



STRATEGIA DZIAŁAŃ WSPIERAJĄCYCH REKRUTACJĘ

CEL

Stworzenie strategii działań rekrutacyjno-wizerunkowych dla kampanii letniej, mającej promować pracę wakacyjną w Biedronce. Pracodawcy zależało na pozyskaniu jak największej liczby kandydatów do pracy sezonowej oraz zachęcaniu pracowników Biedronki do skorzystania z letniej oferty delegacji.

Charakterystyczne w opracowaniu propozycji działań były wyróżniające, krótkie, rymowane claimy, mające na celu wzbudzić zainteresowanie przyszłych pracowników i pozostać w ich pamięci na dłużej.



KAMPANIA REKRUTACYJNA

CEL

Projekty stworzone w ramach zapotrzebowania na komunikację rynkową z kandydatami do sieci drogerii Hebe. Jednym z głównych celów klienta było zintensyfikowanie działań w social media z głównym naciskiem Instagram. Prezentowane materiały w kreatywny sposób miały wyróżnić klienta na rynku oraz zaprezentować kluczowe hasło marki wynikającego z Employee Value Proposition "Dla nas piękno to ludzie".



OD STRATEGII PO EVENTY

CEL

Strategia działań i komunikacji, organizacja eventu online oraz promocja kampanii stażowej "Dobry Start Procentuje"

DZIAŁANIA

Na potrzeby kampanii stworzyliśmy landing page mający na celu promowanie rekrutacji stażowych oraz zachęcenie przyszłych kandydatów do wzięcia udziału w wydarzeniu rekrutacyjnym online, który był pierwszym etapem rekrutacji. Przygotowaliśmy koncepcję i zorganizowaliśmy dla klienta Dzień Otwarty online, w którym udział wzięło prawie 400 kandydatów z całej Polski, a gwiazdą wydarzenia był Radosław Kotarski.

WSPARCIE W ORGANIZACJI EVENTU • STRONA WWW • SOCIAL MEDIA • COPYWRITING • DESIGN



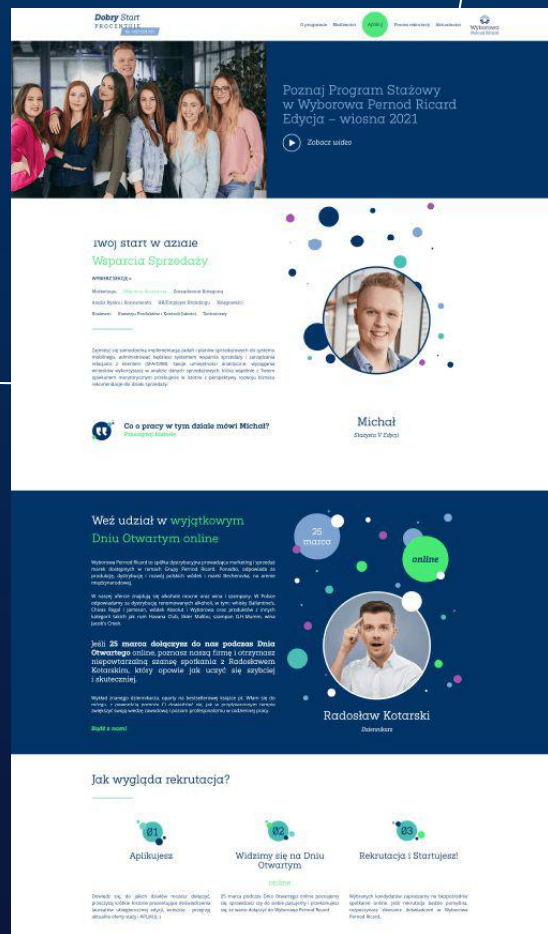
240 000 wyświetleń kampanii **Google Ads** wśród odbiorców target grupy

130 000 wyświetleń kampanii **Facebook** wśród odbiorców target grupy

90 000 wyświetleń kampanii **Instagram** wśród odbiorców target grupy

15 współpracujących **Uczelni Wyższych**

10 zaangażowanych **Organizacji Studenckich**





OD PIĘKNEGO STOISKA PO PŁATNE KAMPANIE

CEL

Przygotowanie wyróżniającej komunikacji z okazji Global Pride Month dla marki Avanade. Współpraca przerodziła się w stałą obsługę i pomoc w zakresie marketingu EB i tworzenia treści.

DZIAŁANIA

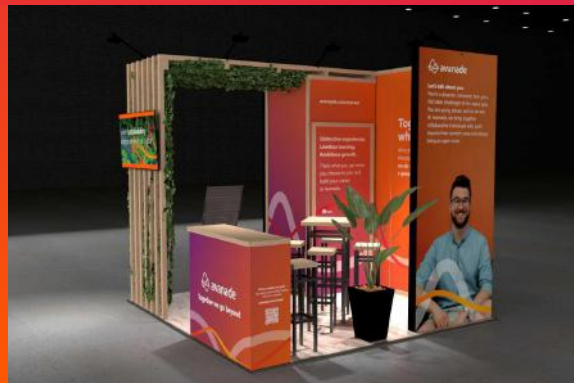
Przygotowaliśmy kolorową kampanię graficzną promującą Pride Month we wszystkich kanałach Avanade, podkreślając wartości, które marka uważa za swoją siłę, a o których nie mówiła wcześniej na zewnątrz. Stworzyliśmy też serię podcastów z pracownikami oraz kampanię promującą, prowadziliśmy stałą kampanię promującą role rekrutacyjne na LinkedIn, stworzyliśmy serię filmów produktowych z pracownikami oraz kampanię Google Ads. Ponadto zaprojektowaliśmy pięknie stoisko targowe i zorganizowaliśmy jego budowę.

1,8 mln. wyświetleń banneru na Youtube

420 tys. wyświetleń filmu na Youtube

200 tys. interakcji z treściami reklamowymi na Youtube

STAŁE WSPARCIE KLIENTA W DZIAŁANIACH EB I HR 360° • SOCIAL MEDIA • PR • VIDEO • PODCASTY • COPYWRITING • DESIGN • STOISKO TARGOWE • MARKETING



STAŁE WSPARCIE W SOCIAL MEDIACH

CEL

Klient zajmujący się rozwiązaniami i usługami w branży logistycznej dla którego pracujemy na rynku czeskim i słowackim. Celem było wsparcie działań employer brandingowych przede wszystkim w kanałach social media tj. Facebook czy w kanałach wewnętrznych typu Intranet.

Wsparcie akcji #AktywnaDruzynaFM

DZIAŁANIA

W ramach współpracy opracowujemy content na SM w Czechach i na Słowacji. Współpraca z lokalnymi zespołami w tych krajach. Wsparcie działu komunikacji.

Udział wraz z klientem w przygotowaniu i wdrożeniu komunikacji podczas akcji #AktywnaDruzynaFM. Opracowanie warstwy contentu i designu akcji.



Alcon

OBSŁUGA 360° EB

CEL

Stworzenie Employee Value Proposition marki Alcon Global Services oraz zbudowanie strategii komunikacji pracodawcy na podstawie przeprowadzonych badań: "diad przyjaźni", czyli badania satysfakcji oraz opinii pracowników Alcon. Wspomaganych benchmarkiem i analizą dotychczasowych działań Klienta.

DZIAŁANIA

Przeprowadziliśmy badania wśród pracowników firmy, na ich podstawie przygotowaliśmy interpretację globalnego EVP oraz tone of voice. Prowadzimy w stałej obsłudze pracowniczy program ambasadorski, zauważony i doceniony na całym świecie. Przeprowadziliśmy szkolenia z Social Mediów, budowania marki osobistej, tworzenia contentu video, czy nawet z używania AI w modelu GPT4. Stworzyliśmy multum treści tekstowych, graficznych i filmów, wykorzystywanych zarówno wewnętrznie jak i zewnętrznie w strukturach globalnych, czy też w marketingu AGS. Zaprojektowaliśmy atrakcyjne, wyróżniające się stoisko targowe, stworzyliśmy również kompleksowo profile na serwisach rekrutacyjnych.

MIEJSCE PRACY I ŚRODOWISKO • WIZERUNEK PRACODAWCY •
SOCIAL MEDIA • PROGRAM AMBASADORSKI • AI • VIDEO • SESJE
ZDJĘCIOWE • COPYWRITING • TARGI PRACY • WSPARCIE 360
• DESIGN



STAŁA OBSŁUGA MARKETINGOWA ORAZ EB

CEL

Zbudowanie strategii komunikacji, odświeżenie materiałów rekrutacyjnych oraz strony karierowej Klienta. Stworzenie nowego hasła EVP oraz spójnej z wypracowanym wizerunkiem odsłony graficznej marki pracodawcy.

DZIAŁANIA

Przygotowaliśmy contentową i graficzną odsłonę komunikacji marki pracodawcy JP Weber. Stworzyliśmy na jej podstawie nowe ogłoszenia o pracę oraz wszystkie materiały rekrutacyjne takie jak: Welcome Book, Candidate Briefing Pack, Compliance Book oraz Invitation to job offer.

Dodatkowo stworzyliśmy i przeprowadziliśmy kampanię wizerunkową oraz rekrutacyjną (opartą na konkretnych stanowiskach) na LinkedInie. Przy okazji działań employer brandingowych wsparliśmy klienta również w działaniach marketingowych, związanych z budowaniem wizerunku produktów JP Weber. Nasza praca podobiała się klientowi na tyle, że zlecił nam przejście od innej agencji również komunikacji B2B.

MIEJSCE PRACY I ŚRODOWISKO • STAŁE WSPARCIE KLIENTA
W DZIAŁANIACH EB I HR 360° • STWORZENIE EVP I STRATEGII EB
• COPYWRITING • DESIGN • DZIAŁANIA MARKETINGOWE
• KAMPANIA PERFORMANCE

We support
independent people

JP Weber | supporting
decision makers



U nas
**czarno na białym
znaczy**

międzynarodowe projekty, dostęp
do wszystkich naszych zasobów
oraz sieci bliskich kontaktów
na całym świecie.

Dołącz do nas

jpweber.com/kariera

We support
independent people

JP Weber | supporting
decision makers



U nas
**czarno na białym
znaczy**

pracę w ramach globalnej
organizacji Eight International
oraz międzynarodowej sieci firm
doradczych M&A Worldwide.

Dołącz do nas

jpweber.com/kariera



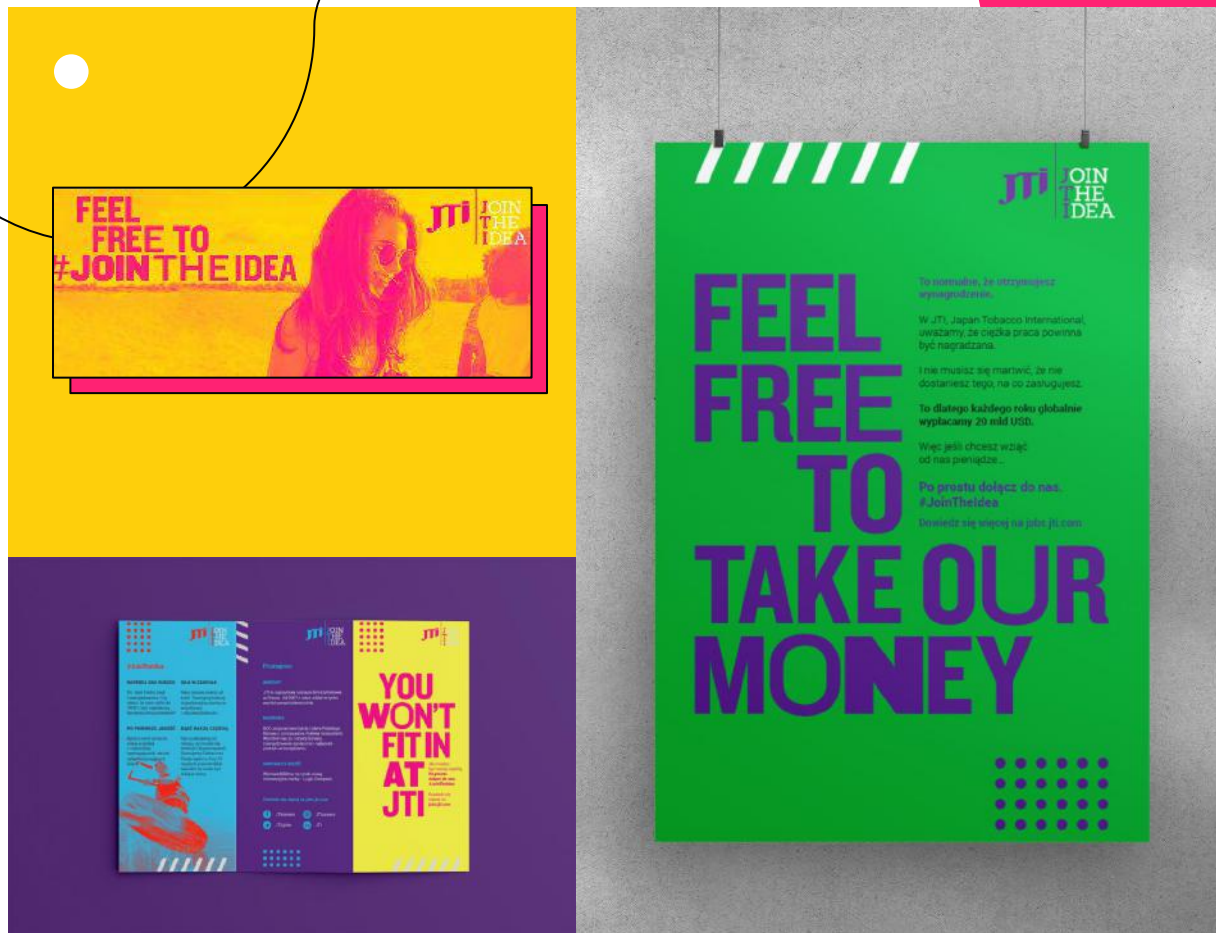
STRATEGIA PROMOCYJNA NOWEGO CENTRUM USŁUG CEL

Promocja online i offline nowego Globalnego Centrum Usług Biznesowych Grupy Japan Tobacco International.

DZIAŁANIA

Naszą rolą było wsparcie klienta przy tworzeniu dedykowanych materiałów promocyjnych online i offline nowej linii biznesowej wraz z kompleksową organizacją wydarzeń skierowanych do biznesu oraz przyszłych, potencjalnych pracowników JTI.

SOCIAL MEDIA • MEDIA BIZNESOWE • WEBINARY I WYDARZENIA
ONLINE • STRONA WWW



STRATEGIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

CEL

Przygotowanie kompleksowej koncepcji komunikacji wewnętrznej, która zaangażuje organizację w działania eko. Zbuduje nowe nawyki i przetransferuje firmę na nowy, wyższy poziom świadomości w tym obszarze.

DZIAŁANIA

Przygotowanie tematu przewodniego i głównego przekazu komunikacji. Opracowanie koncepcji działań skierowanych do grup docelowych. Stworzenie mapy częstotliwości i zasięgu proponowanych działań. Wybór narzędzi i kanałów komunikacji dla poszczególnych komunikatów. Propozycja cykli i tematyki.





BUSINESS CASE

KAMPANIA REKRUTACYJNA STANOWISKO ASYSTENT GÓRNIK

CEL

Przygotowanie komunikacji zachęcającej licealistów i uczniów szkół zawodowych do wzięcia udziału w Warsztacie Praktyk (3-miesięczny, płatny program praktyk). Druga linia działań, to zachęcenie do studentów 3-5 roku studiów stacjonarnych i niestacjonarnych do aplikowania na płatny program stażowy, który kończył się możliwością pracy na stanowisku Asystent Górnika.

DZIAŁANIA

- spotkania z dyrektorami i uczniami szkół średnich w całej Polsce,
- podpisanie umowy partnerskiej na stałe z dwiema szkołami,
- ścisła współpraca z AGH, Politechniką Wrocławską oraz Politechniką Śląską, dzięki którym możliwe jest pozyskanie na staże najlepszych studentów Górnictwa,
- aktywność z informacjami o programie stażowym na ponad 100 grupach studenckich i tych z pracą na Facebook'u,
- kampania płatna i organiczna na Facebooku oraz Instagramie.



Pozyskanie 5 stażystów do trudno dostępnych lokalizacji, **którzy zostali z Lafarge na dłużej.**



food hall
MONTOWNIA

MONTOWNIA

CEL

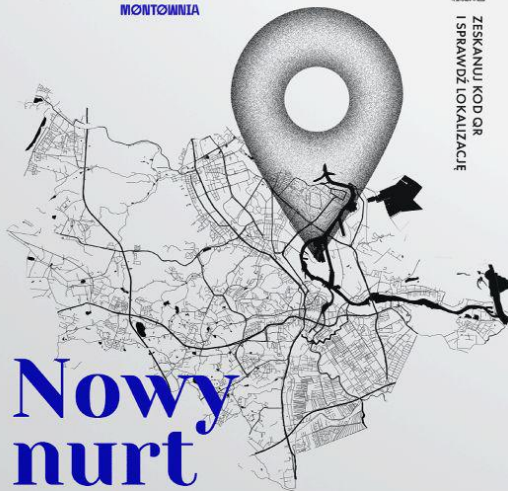
Realizacja projektów w ramach zapotrzebowania do stworzenia kompleksowej identyfikacji wizualnej Food Hall Montownia w Gdańsku. W skład której wchodziła propozycja claimu oraz graficzny projekt parasolowy z uwzględnieniem agendy wydarzeń. Kreacje zostały stworzone z myślą o historii tego miejsca i z możliwością dostosowania projektów do wszystkich potrzebnych formatów mediowych klienta.

COPYWRITING • DESIGN

food hall
MONTOWNIA



ZESKANUJ KOD QR
I SPRAWDŹ LOKALIZACJĘ



Nowy nurt miasta

ODKRYJ ZABYTKOWĄ HAŁĘ U-BOOTÓW
NA TERENIE STOCZNI GDAŃSKIEJ

Ponad 20 restauracji
różnych kultur, lokalni
artyści, kultura i sztuka.



foodhall_montownia



foodhallmontownia

montownia.pl

food hall
MONTOWNIA



GDAŃSKI
TEATR
SZEKSPIROWSKI



KUP BILET NA
FOODHALLMONTOWNIA.PL
LUB ZESKANUJ QR CODE

SPEKTAKL

Romeo



& Julia

25 MAJA 2023

Widowisko na terenie Stoczni Gdańskiej
inspirowane dramatem Shakespeare'a
zachwycające swoją oryginalnością.

● scenografia wygenerowana przez projekcję 3D

● animacje na wodnych ekranach



MIĘDZYNARODOWA GAMIFIKACJA DLA STUDENTÓW Z FINAŁOWYM EVENTEM METAVERSE

CEL

Stworzenie zaawansowanej platformy konkursowej, fabuły oraz strategii komunikacji i materiałów promujących międzynarodową gamifikację dla studentów promującą pracę w PwC CEE. Celem projektu było przyciągnięcie ambitnych talentów i przybliżenie im biznesu PwC oraz różnorodności codziennej pracy. Wizerunkowym zwieńczeniem projektu był finałowy event w innowacyjnej przestrzeni Metaverse.

DZIAŁANIA

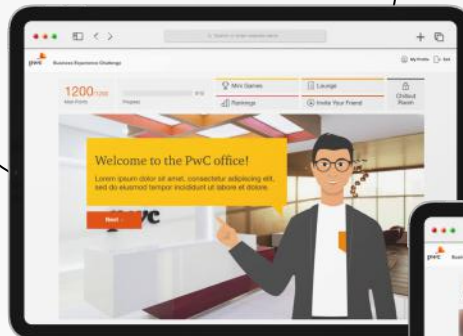
Zaprojektowaliśmy responsywną aplikację webową opartą na zaawansowanej, interaktywnej grywalizacji, która sprawdza wiedzę biznesową studentów 13 krajów regionu CEE. Stworzyliśmy fabułę gry oraz kompleksową kampanię marketingową, której celem była promocja projektu. Wsparliśmy też organizację Metaverse'owego finału dla najlepszych uczestników konkursu z każdego kraju.



Employer Brand Management Awards

Projekt zdobył trzy srebrne statuetki w europejskim konkursie w Londynie

BUDOWANIE APLIKACJI • GAMIFIKACJA • FABUŁA • KOMUNIKACJA •
DESIGN • EVENT METAVERSE



INNOWACJE AI W REKRUTACJI

CEL

Wspólnie z naszym partnerem hybrydowym oferujemy w Polsce usługę direct search opartą na agencji AI. Pozwala to obniżyć koszty tego typu rekrutacji o 50%.

Skraca czas potrzebny na rekrutację w zależności o pozycji o 50%/30%. Sprawia, że klienci otrzymują kandydatów o 2 do 4 razy bardziej pasujących do ich organizacji.

DZIAŁANIA

Zajmujemy się całością procesu rekrutacji od stworzenia ogłoszenia, przez search, weryfikację kryteriów, kontakt wstępny z kandydatami z wybranych profilu na LinkedIn (w tym profili klienta), po dostarczenie finalnych list kandydatów do klientów. Jesteśmy również w stanie przeprowadzić pierwszy etap rekrutacji.

Nasi klienci cenią przede wszystkim wsparcie, jakie zapewnia cały proces, redukcję kosztów oraz przyspieszenie całego procesu w stosunku do sposobu działania tradycyjnych agencji.

Naszym zasięgiem obejmujemy wszystkie pozycje, w których kandydaci dostępni są na LinkedIn. Dodatkowo zasilamy naszego agenta danymi dostępnymi na setkach tysięcy stron w internecie, których przejście i wyciągnięcie wniosków byłoby dla człowieka niemożliwe, w tak krótkim czasie.

REKRUTACJA AI - DIRECT SEARCH



WSPÓŁTWORZYMYS INICJATYWY WSPIERAJĄCE BIZNES

Jako agencja, czujemy potrzebę bycia zaangażowanym społecznie w projekty CSRowe i edukacyjne dla całej branży Marketingu i HR w Polsce, do czego zawsze, z wielkim optymizmem zapraszamy naszych Klientów i Partnerów.

Zapraszamy do przeczytania artykułów w ramach serii #DreamEmployer.

#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

ALICJA ZARZYCKA
| COUNTRY MANAGER EMPLOYER BRANDING, TALENT & COMPETENCE VOLVO GROUP
W ROZMOWIE Z PATRYKIEM ADAMCZYK



#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

PAWEŁ PANCZYJ
| DYREKTOR STRATEGII I ROZWOJU BIZNESU ABSL
W ROZMOWIE Z MACIEJEM HASA



#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

RAFAŁ STEPŃSKI
| CEO JEPPESEN POLAND, A BOEING COMPANY
W ROZMOWIE Z MACIEJEM HASA



#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

KATARZYNA DYRCZ
| EMPLOYER BRANDING MANAGER REVOLUT
W ROZMOWIE Z PATRYKIEM ADAMCZYK



#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

BARTOSZ SZCZĘSNY
| COUNTRY HR DIRECTOR ACCENTURE POLAND
W ROZMOWIE Z PATRYKIEM ADAMCZYK



#TALK ABOUT CASES
DOŚWIADCZENIA NASZEJ FIRMY W CZASIE COVID-19

Dream Employer

EWA KWIECIŃSKA
| COUNTRY COMMUNICATION MANAGER FAURECIA POLSKA
W ROZMOWIE Z MACIEJEM HASA



JESTEŚMY PO TO, BY DZIELIĆ SIĘ Z PAŃSTWEM NASZĄ WIEDZĄ I DOŚWIADCZENIEM

To, co dla nas najważniejsze w codziennej współpracy to merytoryka, która na równi z transparentnością tworzy filary każdego realizowanego przez nas projektu. Państwa komfort i zaufanie w tym obszarze są dla nas bezcenne.



WYWIAD

„Czego oczekuje się od pracodawcy w czasach covid-19?”



WYWIAD

„Czas pokazał komu się chce, a komu nie”



WEBINAR

„Jak tworzyć świetne miejsca pracy nie mając wielkich budżetów”



WIEMY, JAK WAŻNY JEST WYBÓR DOBREGO PARTNERA W BIZNESIE

Lata spędzone przez nas w branży marketingu, HR i komunikacji zarówno po stronie klienta, jak i agencji są gwarancją naszego profesjonalizmu doświadczenia i transparentności. Tym wszystkim chcemy się dzielić również z Państwem, dlatego udostępniamy kontakty, które mogą odpowiedzieć na wszelkie pytania związane ze współpracą z nami oraz podzielić się z Państwem referencjami.



KLAUDIA DZIKI

• EMEA Recruitment Marketing Manager •

+48 504 110 134

McKinsey
& Company

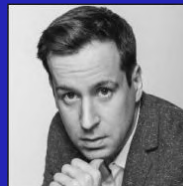


PIOTR LENARCZYK

• Employer Branding Coordinator •

+48 519 404 972

EY



JERZY HOŁUB

• Head of Marketing •

+48 504 368 597



MAGDALENA PILARSKA

• Employer Branding & Communication Manager •

+48 796 038 560



BNP PARIBAS



MAGDALENA MORGAŚ

• Employer Branding Manager •

+48 571 228 534

UNIQA



KRZYSZTOF BAZYŁ

• Business Strategic Consultant •

+48 570 873 203



AKADEMIA LEONA KOŹMIŃSKIEGO



BE ABOUT
HYBRID AGENCY

CHCEMY WSPIERAĆ PAŃSTWA W CODZIENNYM BIZNESIE I REALIZOWAĆ WYJĄTKOWE KAMPANIE ORAZ WYDARZENIA



PATRYK ADAMCZYK
Managing Partner

patryk.adamczyk@beabout.pl
+48 697 800 439



MACIEJ HASSA
Strategic Partner

maciej.hassa@beabout.pl
+48 663 503 666

Projekty i idee marketingowe przedstawione w niniejszym opracowaniu stanowią przedmiot wyłącznych praw autorskich, intelektualnych i majątkowych Be About Hybrid Agency Sp. z o.o. Wykorzystanie ich przez osoby trzecie wymaga pisemnej zgody Be About Hybrid Agency Sp. z o.o. i ustalenia zasad wynagrodzenia. W powyższym zakresie zastosowanie mają przepisy Ustawy z dn. 04 lutego 1994 r. o Prawie Autorskim i Prawach Pokrewnych (Dz. Ust.nr 24/1994)