

Nobel İlaç İşveren Markası yolculuğunda mutlu son: Senin için Değer

İşveren markası, uzun soluklu bir yolculuk... Bu çalışmalara keyifli bir lansmanla başlangıç yapan Nobel, "Senin İçin Değer" diyerek çalışanlarına ve potansiyel adaylara keyifli bir çalışma ortamı vaat ediyor.



İnsan kaynakları alanında, son dönemdeki önemli gelişmelerden biri "işveren markası" kavramı... "Bir şirketin çalışılabilecek en iyi yer olarak algılanmasını amaçlayan işverenin sunduğu ekonomik, psikolojik ve fonksiyonel faydaların toplamı" olarak tanımlanan işveren markası, çalışanların fiziksel, zihinsel ve duygusal deneyimleri ile orada çalışmayı düşünen adayların yaşamayı umdukları deneyimi kapsıyor. Çalışan memnuniyetine değer veren

ve çalışan katılımını destekleyen bir İnsan Kaynakları anlayışına sahip olan Nobel İlaç, İşveren Markası yolculuğunun ilk adımlarını 2013 yılında attı. O tarihten günümüze şirketin çalışanlar gözünde nasıl algılandığını ölçen, iş yerindeki fiziksel, zihinsel ve duygusal deneyimlerine ışık tutan pek çok anket ve odak grup çalışması yapıldı. %80'lerin üzerinde çalışan katılımı ile sonuçlanan bu çalışmalar neticesinde alınan geri bildirimler değerlendirildi ve çeşitli aksiyon planları hayata geçti, insan kaynakları planları da bu sonuçlara göre şekillendi. Bu çalışmaların sonucusu Nobel markasını güçlendirecek yeni bir dönem başlatan İşveren Markası Projesi idi. Mevcut çalışanların motivasyonunu artırmayı, iletişimi güçlendirmeyi ve aidiyet hissi oluşturmayı, potansiyel adaylar için ise Nobel İlaç'ı daha iyi anlatmayı amaçlayan İşveren Markası projesinde 17 odak grup toplantısında 243 çalışan ile birebir görüşüldü, 1000'in üzerinde çalışan ankete

SENİN İÇİN DEĞER

dahil oldu. Proje sonucunda, Nobel'in kurumsal misyonunu içinde barındıran "Sağlık İçin Değer" kavramını da kapsayan Nobel İşveren Markası Çalışan Değer Önermesi mottosunun lansmanı "Senin İçin Değer" isimli partiyle ilan edildi. Çalışan değer önermesinin bu ilanıya Nobel'deki pek çok süreç ve uygulama "Senin İçin Değer" anlayışıyla yeniden tasarlandı. İşveren markası hedef kitle iletişimi için sosyal medya mecralarında @nobelilacik hesapları açıldı. Şirket içerisinde; üniversite ve öğrenci iş birliklerine yönelik "Kampüs", insan kaynakları ve kariyer planlarına yönelik "Kariyer", çalışma ortamı ve çalışan memnuniyeti uygulamalarına yönelik "Yaşam", eğitim ve gelişim uygulamalarına yönelik "Gelişim" başlıklarında gönüllü aksiyon grupları oluşturuldu. Bu gruplar planlanan aksiyonlar doğrultusunda çalışmalarına başladı.