**Employer branding w klapkach. Czy latem da się skutecznie przyciągać talenty?**

Wielu pracodawców uznaje lato za martwy sezon w obszarze employer brandingu. Bo przecież „wszyscy są na urlopach”, „lato to nie czas na EB”, „poczekajmy do września”... Tymczasem rzeczywistość wygląda inaczej. Kandydaci nie przestają zaglądać na LinkedIna tylko dlatego, że świeci słońce. Przeciwnie – wielu z nich **właśnie latem ma więcej przestrzeni mentalnej, by przemyśleć** zmianę pracy. **Dlaczego warto działać latem? Wyjaśniamy.**

**Kandydaci mają więcej czasu**

Lato to dla wielu osób czas refleksji. Podczas urlopu łatwiej z dystansem spojrzeć na swoją karierę i dojść do wniosku: „czas na zmiany”. Jeśli Twoja firma w tym czasie pokaże się jako przyjazne, nowoczesne miejsce pracy – zapunktujesz. Zwłaszcza że konkurencja często milczy.

– Często powtarzam, że lato to idealny czas na działania employer brandingowe, szczególnie dla firm, które chcą się wyróżnić – mówi Sebastian Kopiej, prezes zarządu agencji PR Commplace. – To moment, w którym mniej znaczy więcej. Nie trzeba konkurować z dziesiątkami kampanii, wystarczy autentyczność i odwaga, by pokazać ludzką twarz firmy.

**Workation i elastyczność na topie**

Letnie miesiące to idealny moment, by **pokazać kulturę organizacyjną w praktyce** – zespół pracujący z Mazur, Włoch czy własnego ogrodu to konkretna ilustracja tego, czym jest u Was work-life balance. A to dziś jeden z kluczowych motywatorów przy wyborze pracodawcy.

**Lżejszy content = większe zaangażowanie**

Wakacyjne treści mogą być mniej formalne, bardziej spontaniczne i lifestyle’owe. Dzięki temu lepiej rezonują z odbiorcą, który właśnie teraz **oczekuje autentyczności, a nie kolejnej sztywnej prezentacji oferty benefitów.**

**Letnie formaty działań EB – zrób to po swojemu**

**Jak się zaprezentować jako atrakcyjny pracodawca podczas letnich miesięcy? Opcji jest sporo. Jedna z nich to vlogi z wakacji z zespołem.** Krótka relacja z wyjazdu integracyjnego, wspólny rejs, wspinaczka czy relaks na tarasie z widokiem – to nie tylko content, ale **dowód kultury zespołowej.** Pokazuj twarze, emocje i prawdziwe historie – to lepsze niż każda kampania rekrutacyjna.

**#teamzdalnie – work-life balance w praktyce**

Zamiast pustych haseł o elastyczności, pokaż jak to działa naprawdę. Zdjęcie z home office w Bieszczadach, relacja z dnia pracy z kampera czy story z porannego SUP-a? Kandydaci to kupią.

**Relacje z eventów – mniej korpo, więcej emocji**

Piknik firmowy? After na dachu? Warsztaty pod chmurką? Pokaż, że u Was **lato się czuje, nie tylko planuje.** Daj odbiorcy poczucie: „chcę tam być”.

**Gdzie to działa najlepiej?** Lato to idealny moment na EB dla firm z **branż kreatywnych, IT i digital,** gdzie liczy się klimat, vibe i kultura pracy. Sprawdza się także w przypadku **startupów i młodych** marek, które chcą zbudować rozpoznawalność i wyłamać się ze schematu. Na tego typu komunikację mogą sobie pozwolić tak naprawdę wszystkie, organizacji, które faktycznie oferują elastyczność – i chcą ją pokazać bez ściemy. W tych środowiskach **autentyczny przekaz trafia w punkt** – nie trzeba wielkiego budżetu, wystarczy dobrze uchwycony moment i szczery komunikat.

**Letnie trendy w EB, które warto wdrożyć już dziś**

**Poszukiwania pracowników nie muszą się ograniczać wyłącznie do publikowania ogłoszeń na dedykowanych temu portalach. Employer branding coraz częściej dzieje się na TikToku i IG Stories – kulisy pracy z Mazur, śmieszne sytuacje z wyjazdu, relacja „dzień z życia juniora na remote”.**

**Jak tworzyć kampanie rekrutacyjne z wakacyjnym twistem? Zamiast „szukamy specjalisty”, spróbuj: „Szukasz pracy, ale nie chcesz rezygnować z lata? U nas się da.” Zachęć zespół, by dzielili się swoim letnim „życiem zawodowym”. Autentyczne posty pracowników to najskuteczniejszy PR.**

**– W employer brandingu nie chodzi o idealne zdjęcia z banku zdjęć. Chodzi o ludzi i o to, jak się z nimi czujesz jako kandydat – podkreśla Sebastian Kopiej z agencji PR Commplace. – Letnie kampanie są pod tym względem wyjątkowe. Mają w sobie luz, który przyciąga i pokazuje firmę taką, jaka jest naprawdę. To ogromny atut, którego często próżno szukać w kampaniach „pod krawatem”.**

**Nie ma wakacji od employer brandingu**

EB to obszar, w którym nie ma czegoś takiego jak „sezonowość”. A to dlatego, że **kandydaci nie przestają szukać miejsc, gdzie będą czuli się dobrze.** Lato to nie tylko czas na oddech, ale również idealny moment, by **zbudować rozpoznawalność marki pracodawcy, zanim ruszy rekrutacyjny wrzesień, przyciągnąć talenty autentycznością,** a nie sloganem, **zrobić coś inaczej** – i dzięki temu zostać zauważonym.

Dlatego: **nie chowaj EB do szuflady na wakacje.** Zamiast tego załóż klapki, złap telefon i pokaż, jak się u Was pracuje naprawdę. Kandydaci to docenią – a Ty zapunktujesz w ich świadomości, zanim konkurencja zdąży wrócić z urlopu.