**Employer branding w branży budowlanej. Jakie działania warto wziąć pod uwagę?**

**W branży budowlanej opinia o firmie ma kluczowe znaczenie dla przyciągnięcia i utrzymania wartościowych pracowników. Dobre relacje z obecnymi i byłymi pracownikami oraz pozytywny wizerunek marki pracodawcy są niezbędne do budowania silnego employer branding. Jakie działania warto wziąć pod uwagę?**

**Komunikacja Wewnętrzna:** Otwarta i dwukierunkowa komunikacja wewnątrz firmy odgrywa kluczową rolę w kształtowaniu pozytywnej atmosfery pracy. Ważne jest, aby pracownicy byli na bieżąco informowani o celach, zmianach i sukcesach organizacji, co przyczynia się do lepszego rozumienia ich roli w firmie i zwiększenia ich zaangażowania.

**Benefity dla Pracowników:** W branży budowlanej, podobnie jak w wielu innych, pracownicy cenią sobie dodatkowe korzyści, takie jak bony, rabaty, paczki świąteczne, imprezy integracyjne, czy szkolenia zawodowe. Oferowanie atrakcyjnych benefitów może znacznie przyczynić się do wzrostu zainteresowania pracą w danej firmie.

**Budowanie Pozytywnej Opinii:** Firmy budowlane powinny aktywnie informować opinię publiczną o swoich sukcesach, zaangażowaniu pracowników, działaniach na rzecz społeczności lokalnej, czy udziale w projektach innowacyjnych. Social media stanowią doskonałe narzędzie do regularnego udostępniania takich informacji, budując wizerunek firmy jako pożądanego pracodawcy, który oferuje możliwości rozwoju i realizacji zawodowej.

**Wspieranie Społeczności Lokalnej:** Aktywne uczestnictwo w życiu społeczności lokalnej, poprzez organizację charytatywnych inicjatyw czy udział w lokalnych projektach, może pozytywnie wpłynąć na wizerunek firmy jako społecznie odpowiedzialnego pracodawcy.

**Prezentacja w Mediach Tradycyjnych:** Obecność w mediach tradycyjnych, takich jak telewizja, radio czy prasa, nadal odgrywa ważną rolę w budowaniu wiarygodności i rozpoznawalności marki. Firmy budowlane mogą zwiększyć swoją widoczność i przyciągnąć potencjalnych pracowników, prezentując swoje projekty, osiągnięcia oraz działania prospołeczne.

**Buduj swoją pozycję**

W jaki sposób informować opinię publiczną o tym, co robi nasza firma? Świetnie sprawdzą się social media.

Jakie rodzaje postów możemy publikować?

* Informujemy o sukcesach pracowników. Regularne udostępnianie informacji na temat osiągnięć kadry medycznej, udziału w projektach badawczych oraz sukcesów placówki buduje pozytywny wizerunek firmy jako miejsca, gdzie pracownicy mają możliwość rozwijania swoich umiejętności.
* Pokazujemy naszą kadrę. Warto mówić o sukcesach i zaangażowaniu pracowników, dzięki którym można podkreślić społeczną odpowiedzialność firmy i zintegrowanie zespołu medycznego.
* Wspieramy lokalną społeczność. Informowanie o działaniach społecznych, charytatywnych czy inicjatywach na rzecz lokalnej społeczności, co podkreśli zaangażowanie firmy w sprawy społeczne. Mogą to być np. bezpłatne badania dla wybranych grup społecznych.
* Informujmy o wynikach badań. Informowanie o udziale firmy w programach badawczych, prezentowanie wyników badań oraz innowacji wprowadzanych przez placówkę medyczną buduje jej wizerunek.

Jak tłumaczy Sebastian Kopiej z Commplace - *Oprócz social mediów warto także pojawiać się w mediach tradycyjnych. Telewizja, radio czy prasa, posiadają ogromny zasięg, docierając do różnych grup społecznych. Udział w tych mediach zwiększa widoczność firmy i przyczynia się do zbudowania jej wiarygodności w oczach potencjalnych pracowników.*

Skuteczny employer branding w branży budowlanej wymaga kompleksowego podejścia, które łączy w sobie efektywną komunikację wewnętrzną, oferowanie atrakcyjnych benefitów, budowanie pozytywnej opinii o firmie, wspieranie społeczności lokalnej oraz aktywne wykorzystanie mediów społecznościowych i tradycyjnych. Dzięki takim działaniom, firmy budowlane mogą przyciągać, angażować i utrzymywać najlepszych specjalistów, budując jednocześnie pozytywny wizerunek wśród swojej grupy docelowej.