**Jak budować rozpoznawalność członków swojego zespołu?**

**Aż 86 proc. osób przyznaje, że nie ubiegałoby się o pracę w firmie, która ma złą reputację na rynku wśród pracowników i odbiorców marki[[1]](#footnote-1). To ważny sygnał dla właścicieli przedsiębiorstw, by dbali o opinię. W jaki sposób budować reputację? Za pomocą swojego zespołu. Podpowiadamy, jakie działania w ramach employer brandingu podjąć, by nasza firma była postrzegana jako dobry kontrahent i solidny pracodawca.**

Wiele firm zapomina o tym, jak dużą rolę odgrywa zespół. Członkowie teamu nie tylko mają wpływ na nasz biznes, ale także na reputację przedsiębiorstwa. W jaki sposób budować eksperckość poszczególnych członków zespołu i ich rozpoznawalność? Jest na to kilka sprawdzonych metod.

**Warto postawić na networking**

Networking to proces budowania i utrzymywania relacji z innymi ludźmi w celu wymiany informacji, doświadczeń, pomocy oraz możliwości zawodowych lub biznesowych. Może to obejmować spotkania osobiste, uczestnictwo w wydarzeniach branżowych, korzystanie z mediów społecznościowych, rozmowy telefoniczne i wiele innych form komunikacji. W jaki sposób nasi pracownicy mogą budować pozycję firmy za pomocą networking? O tym Sebastian Kopiej, prezes zarządu agencji PR Commplace.

 - *We współczesnym świecie networking może przybierać różne formy. Jedną z najskuteczniejszych jest obecność firmy na targach oraz ważnych wydarzeniach branżowych. To doskonała okazja do tego, by zaprezentować produkty marki, ale także pokazać eksperckość pracowników* – wyjaśnia. *– Udział w wydarzeniach może wiązać się z debatami, gdzie wybrani specjaliści będą dyskutować na temat trendów rynkowych, czy tego, co obecnie dzieje się w branży.*

A jakie są trendy w networkingu? Ze względu na rosnącą cyfryzację, coraz więcej spotkań odbywa się online za pośrednictwem platform społecznościowych, aplikacji do wideokonferencji i specjalistycznych portali networkingowych. To jeden ze sposobów, by niskim nakładem czasu poszerzać swoje sieci kontaktów.

**Team powinien mieć silną markę własną**

Networking to jeden ze sposobów budowania marki własnej. Jakie jeszcze działania warto podjąć? Konieczne jest prowadzenie social mediów. W Polsce najpopularniejszym portalem biznesowym jest LinkedIn. Dlaczego właśnie ten?

 *– LinkedIn to miejsce, gdzie skupia się wiele osób poszukujących rozwiązań biznesowych, partnerów do współpracy czy nowych możliwości zawodowych. Dlatego właśnie warto aktywnie uczestniczyć w dyskusjach, publikować wartościowe treści i budować relacje z innymi profesjonalistami. To nie tylko tworzy naszą markę osobistą, ale także otwiera drzwi do nowych możliwości biznesowych i zawodowych. –* dodaje ekspert z Commplace.

Regularne publikowanie treści związanych z branżą, w której pracujemy ugruntuje pozycję na rynku i sprawia, że zyskamy zaufanie. Warto zatem tworzyć artykuły, a także udostępniać porady i wskazówki dla naszego audytorium.

**Stań się pracodawcą z wyboru**

Jak jeszcze budować eksperckość teamu? Świetnie sprawdzą się wywiady w mediach i komentarze eksperckie. Nasi pracownicy powinni wypowiadać się w kluczowych dla branży tematach, by byli rozpoznawalni. Należy także pamiętać, by strona internetowa firmy zawierała kluczowe informacje o pracownikach i ich kompetencjach. Nie zapominajmy o nagłaśnianiu osiągnięć członków zespołu, takich jak nagrody, czy wyróżnienia.

A co robić, by członkowie zespołu chcieli się promować? Nie ma jednej recepty na sukces. Ważne jest, by czuli się częścią firmy, a także każdego dnia byli doceniani, za swój wkład w jej rozwój. Jak pokazuje badanie „„Docenianie pracowników 2023” – dla co drugiego Polaka ogromne znaczenie ma to, czy ich szef jest dumny z pracy i czy potrafi za nią podziękować w innej formie niż wynagrodzenie.

Aż 69% ankietowanych pracowników uważa, że ​​niezwykle/bardzo ważne jest, aby ich pracodawca miał markę, którą z dumą wspiera[[2]](#footnote-2). Im lepiej potrafisz budować markę pracodawcy, tym większe prawdopodobieństwo, że zatrzymasz i przyciągniesz swoje największe talenty.

1. <https://blog.hubspot.com/marketing/employer-branding> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://blog.hubspot.com/marketing/employer-branding> [↑](#footnote-ref-2)