



Формуляр за кандидатстване

Кандидатура за категория: Най-добър HR проект на МСП

Компания	DHL Enterprise Software Solutions
----------	-----------------------------------

Описание на кандидатурата

Участието ни в тазгодишните награди е провокирано от желанието ни да споделим за предизвикателната трансформация, през която преминахме, с цел утвърждаване на работодателската марка на DHL ESS и разпознаваемостта ѝ като ИТ работодател в България. Целта ни бе софтуерните специалисти да разберат за дейността на първия и единствен за DHL Freight развоен център - DHL Enterprise Software Solutions (DHL ESS). Проектът ни премина от **вътрешен брандинг и преименуване** на развойния център у нас към **стратегически план за позициониране като желан работодател**, включващ **маркетинг и PR кампании** с цел увеличаване броя на кандидатурите, намаляване времето за наемане, генериране на контакти и налагане на работодателска марка сред сегментирана аудитория от опитни софтуерни специалисти. Започнахме с изграждане на стойностното ни предложение като работодател, на базата на което разработихме съдържанието ни за публикации в социалните мрежи и концепциите ни за PR кампании, покриващи нашите KPI's и отразяващи силните ни страни, корпоративните ни ценности, култура и мисия. Приложихме и нестандартен подход с развиването на личния бранд на нашия директор „Развойна дейност“. В стратегията за качествен подбор използвахме иновативни подходи като полезни съвети от нашите тийм лидери към кандидатите как да се подготвят, за да се представят по-добре по време на нашите технически интервюта, видео обяви за работа и инфографики, статии и интервюта с колеги, представящи проекта и работния процес при нас. За нас бе важно да

представим на нашата аудитория качествено и стойностно съдържание. Организирахме успешни кампании по подбор, в едната от които подарихме билет за

спортно състезание Formula 1, а в другата въвлякохме над 300 софтуерни разработчици в първото по рода си онлайн техническо предизвикателство.

Въпреки че се отнася за определен период от време (стартира през септември месец), за нас това не е проект с начало и край, а е постоянен процес, в който влагаме много желание, енергия и време.

Фаза 1: Анализ и дефиниране на нуждите и целите (Q2-Q3 2019г.)

След провеждане на анализ на целите и приоритетите на DHL ESS стана ясно, че за успеха на нашия продукт са нужни таланти и опитни колеги, които не просто да вършат поставените задачи, а да са част от работещ като един организъм екип.

От 2017г. насам **DHL Enterprise Software Solutions** развива дейността си в България и е свързана с най-голямата бизнес трансформация на най-голямата логистична компания в света. Компанията стартира само с **5-ма IT специалисти**, а днес служителите ѝ **са над 6 пъти повече**, с планове да се увеличат с още поне **40%**, както в София, така и в Прага (решението бе взето пред месец юли), като служителите там ще бъдат под ръководството на софийския офис.

Целта ни, освен популяризиране на работодателската марка DHL ESS, беше и да намерим **опитни Java разработчици и Q&A специалисти**. Задачите пред нас бяха:

- **наемане на нови служители** - по-бърз и оптимизиран откъм разходи и резултати процес, увеличаване броя на качествени кандидатури.
- **задържане на вече наети служители** - да работим в посока висока мотивация и ангажираност на екипа, подобряване на тяхната удовлетвореност, кариерно развитие и допълнителна квалификация. Можем да се похвалим, че за последната година нямаме напуснали колеги.
- **ангажиране на екипа в дейностите на компанията и като нейни „посланици“** - процесът има директно отражение върху повишаване на производителността и добавя допълнителна стойност върху имиджа на компанията.

Фаза 2: Подготовка за реализация: (Q3 - края на периода и началото на Q4)

Част от идеите за **комуникационна кампания** за разпознаваемост на бранда дойдоха от **служителите на компанията**. Увеличаването на **контакта и сближаването** между тях им даде още една **обща цел** и ги **ангажира** **пряко** с допълнителните дейности на DHL ESS, което отчитаме като осъществяване на една от целите ни. Работихме още по:

- **селекция на подходящи комуникационни канали, медийни партньори и локации** за реализиране на идеята.
- **наемане на външни партньори** за подпомагане на дейностите по **стратегията за позиционирането ни като подходящ работодател и промотирането ни в социалните канали**.

Фаза 3: Реализация (Q4 2019/септември - и продължава)

През октомври 2019 г. стартирахме две допълнителни външни активности, които да разширят досега съществуващите ни канали.



В **4 локации** от веригата “**Green Deli**” ангажираността на аудиторията се реализираше като се предоставяха **безплатно кафе и късметче за деня (12 различни визии с акцент върху корпоратвните ни ценности – Be proud of yourself, Be the change you want to see in the world)**, което да предизвика **мотивация** и стремеж за **успех и усъвършенстване**. Кафето се даваше на всеки, запознат с кампанията, който посети **специално разработен за целта сайт** и отговори на въпроса **колко свободни позиции** има в екипа на **DHL ESS**. Всяка длъжност фигурираше с **описание и изисквания** и **покана към посетителите да кандидатстват**. Така не само се увеличи **разпознаваемостта** на компанията като ИТ работодател, но дефакто се работеше и по целта за **ефективно запълване на екипа с подходящите специалисти**.

Позиционирането в **3 ключови локации** в столичното метро с **мото Your next career stop is DHL ESS** целеше **запознаване на аудиторията** с компанията като **цяло и популяризирането на новата ѝ лендинг страница**. След двете активности, които протекоха паралелно, за **2 седмици страницата** ни бе **посетена 4965 пъти**. Увеличихме броя на постъпилите кандидатури с **42%**

През разглеждания период продължихме и комуникацията по другите ни канали, а именно - **онлайн и печатни медии**. В компанията вярваме, че **квалифицираните служители са ключ към нашия успех**, затова държим да покажем колко се гордеем с тях. Така едновременно се афишира и **нашата ангажираност към личностното и кариерно развитие** на всеки един от екипа. А и участието им в различни **рубрики на водещи медии**, ги превръща в **посланици на DHL ESS**, най-достоверният образ на всяка компания.

Успехите и начинанията си споделяхме и в **социалните мрежи**, където успяхме да разширим присъствието си неколккратно, а оттам и **възможността да стигнем до по-голяма част от потенциални служители**, на които да демонстрираме **екипната си култура**.

Вярваме, че **наша отговорност** е да допринасяме за **доброто на общността**, в която работим. **Насърчаваме участието в социални инициативи** сред служителите си, както и **поощряваме включването им с процедури по номиниране и награждаване за различни престижни призове**.

Фаза 4: Междинна оценка на постигнатите към момента резултати в цифри (октомври и продължава):

Резултатите на кампанията, която продължава и към момента, са повече от задоволителни.

- **Повишаване на разпознаваемостта** на бранда като позитивен пример за работодател;
- **Повишаване на броя на подходящите кандидати** за свободните позиции с **42%**;
Повишаване на препоръките по програмата ни “Reward yourself, refer your friends” чрез анонсиране на **бонус за външна препоръка** и **двама наети за последните 2 месеца**;
- **Разширяване на броя на запознатите с DHL ESS** – Достигнати над **1 500 000 души** аудитория на месечна база. Увеличаване на последователите в социалните мрежи с над **126%** във Facebook и **417%** в LinkedIn.

За огромно признание към усилията ни в **качествения подбор и задържането на кадри** считаме отварянето на **нов офис на DHL ESS в Прага**. Ръководството на колектива там е **делегирано на колегите в София**.



*“Откриването на новия офис е ясен знак за **доверие** към целия ни екип...”, Ивелин Иванов, директор „Развойна дейност“ в DHL ESS*

Обратната връзка, която имаме от екипа, е в уверение, че ресурсите и идеите ни се възприемат изключително позитивно.

- **43%** от нашите служители са избрали DHL ESS заради **предизвикателна обстановка** и **работата с нови технологии**, която предлагаме;
- **33%** са се спрели на DHL ESS заради възможността да работят в **екип от професионалисти**;
- **24%** оценяват положително **потенциала за растеж**, който им предлагаме.

"Заради чудесните колеги, новите предизвикателства и технологиите, които използваме"

A.T. DevOps Engineer