



Instar
EMPLOYER BRANDING
CONSULTANCY

TÖÖANDJA BRÄNDI LOOMISE JA ELLUVIIMISE PAKKUMINE

Riigimetsa Majandamise Keskus (RMK)

KERSTI VANNAS
BIRGIT RUUNIK



Me oleme kogenud ja tulemuslikud

18 aastat kogemusi edukate tööandja brändide loomisel + rahul kliendid. Me usume andmetesse, mõõdikutesse ja tulemuslikkusesse. Oleme 16 aastat uurinud Eesti elanike ootusi tööandjatele ja teame, millised on atraktiivsuse võtmelemendid. Me mõistame teid ja tunname turgu. Oleme loonud üle 40 tööandja brändi.



Teie väljakutse on eriline

Meil on kogemused mitmetahuliste kohalike ja globaalsete tööandja brändide ja nende tööriistakastide loomisel. Meil on olemas kõik, mida te vajate.



Kultuur on organisatsiooni süda

Tööandja bränd on nii sisemine kui välimine projekt. Olemasoleva kultuuri, töötamiskogemuse mõistmine on kohustuslik eeldus tööandja brändi loomisel. Töötajate kaasamine selleks, et tekitada neis huvi ja isu tööandja saadiku rolli vastu, määrab tööandja brändi pikaajalise edukuse.

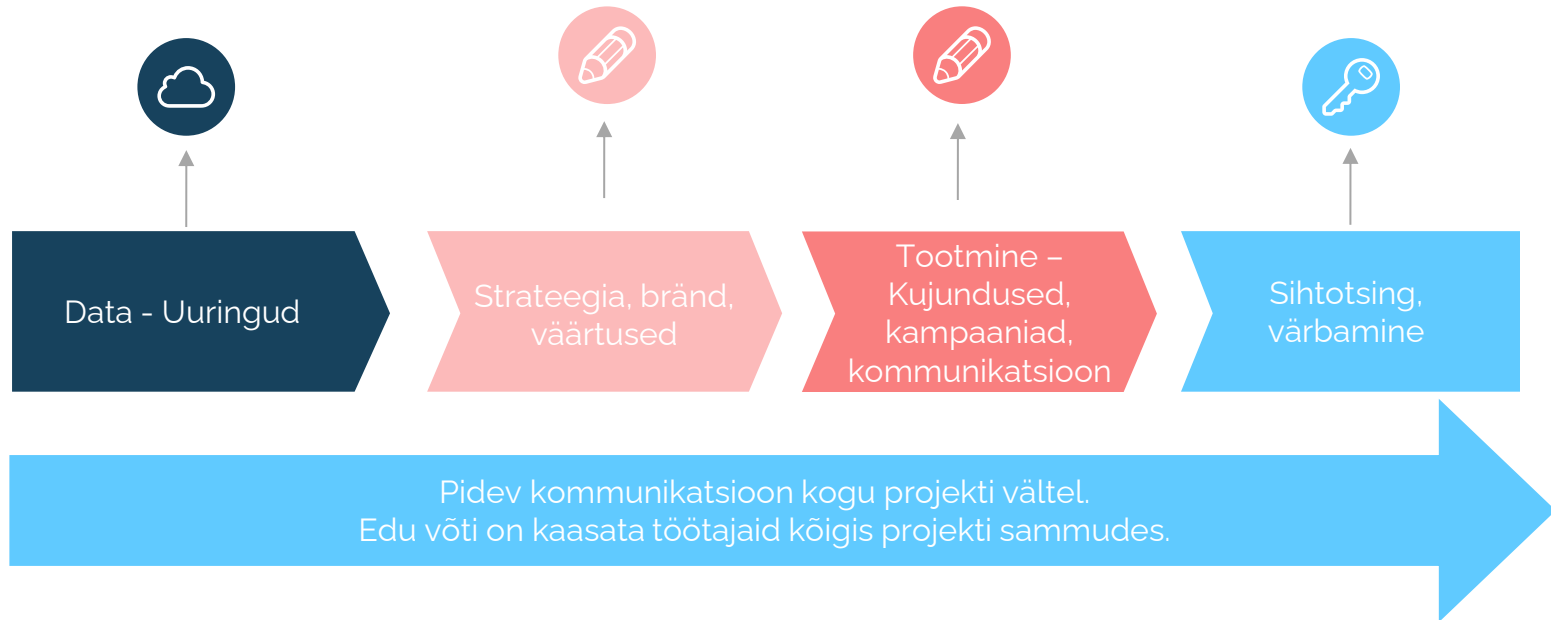


Lokaalne, globaalne

Me võime katta Baltikumi ja Soome ning meil on varnast võtta Euroopa parimad praktikad. Te saate globaalselt atraktiivse tööandja brändi, mis on oluline ja efektiivne lokaalsel tasandil Eestis.



KÕIK TÖÖANDJA BRÄNDINGU LAHENDUSED ÜHEST KOHAST



Miks on tööandja bränding oluline?

	SISEMINE EESMÄRK: hoida töötajaid	VÄLIMINE EESMÄRK: leida töötajaid
Tööandja brändi strateegilised mõõdikud	eNPS – töötaja soovitusindeks	Tööandja konkurentsivõimelisus sihtrühmas – koht edetabelis
Ärilised mõõdikud	Värbamiskulu (läbi madalama tööjõu volavuse)	Töötaja värbamisaeg (lühema ajaga parem kandidaat)
Jätkusuutlikkus, sh kulude kokkuhoid		



Üle 40 loodud tööandja brändi

Tööandja brändi strateegiline terviklahendus

Connecto	Maanteeamet
COOP	Nordea Eesti
CXL	Nordnet
Derivco	Nabuminds
Breakwater Technologies	Net Group
EANS - Lennuliiklusteenindus	PCC Projekt
Eesti Kohtud	Prisma
Elisa Eesti	Prokuratuur
Fifaa grupp	Riverty
Fujitsu Eesti	Scope Group – globaalne
Go Craft	Siseministeerium
Go Track	Sotsiaalkindlustusamet
Gunvor Services AS	SMIT
Hanza Mechanics Tartu	SLO Eesti
Hanza Mechanics Narva	Südameapteek
Haridus- ja	Tallinna Lennujaam
Teadusministeerium	Tallinna Linnavalitsus
Hurtigruten	Tallinna Strateegiakeskus
Ida-Tallinna Keskhaigla	TREV-2
Kaitseministeerium	Töötukassa
Keskkonnaagentuur	
Kühne Nagel IT Center	+ Pepco, Sector Alarm,
Estonia	Tietoevry (globaalselt partnerina)

Muud tööandja brändingu teenused nagu värbamiskampaaniad, videod, uuringud, saadikute programmid, koolitused

Adven	Saue vald
Bauhof	Siseministeerium
Brinks	Statistikaamet
Eesti Raudtee	Stockmann
Empower	Südameapteek
Esteve	Justiitsministeerium
Foxway	TS Laevad
Glassense	
Grant Thornton	
G4S	
Hansa Grupp	
HARNO	
IT Talent	
Jeld-Wen	
Kaitseliit	
Matek	
PARE	
Playtech	
PPA	
Päästeamet	
Rail Baltic Estonia	
Rahandusministeerium	
Rahapesu Andmebüroo	
Saku Õlletehas	

TÖÖANDJA SAADIKUD

Delfi Meedia
Eesti Raudtee
Fujitsu
Gunvor Services
Kaitseministeerium
Lidl
Net Group
Nordea
Playtech
Siseministeerium
SMIT
Statistikaamet
Südameapteek

+ lisaks kliendid nagu näiteks Tööandja Atraktiivsuse uuringu tellijad



Eesmärgid ja tulemused

EESMÄRGID:

- Luua Riigimetsa Majandamise Keskuse (RMK) aus, inspireeriv ja sihtgruppide vajadustest lähtuv väärtuspakkumine ja tööandja bränd, mis aitab RMK-l eristuda ning kõnetada erinevaid tööjõu sihtrühmi – alates lihttöolistest kuni kogenud spetsialistide ja praktikantideni. Tööandja bränd aitab hoida ka olemasolevaid töötajaid ja juhte pikas perspektiivis organisatsiooni töötajatena.
- Tõsta huvipakkuvates sihtrühmades atraktiivsuse taset ja teadlikkust organisatsioonist kui tööandjast. Vähendada värbamisele kuluvat aega ja teisi värbamisega seonduvaid kulusid.
- Luua tööandja brändi toetavad materjalid, mis annavad edasi RMK-s töötamise mitmekülgsuse ja olulisuse.

OODATAVAD TULEMUSED:



Eristuv ja ainulaadne **tööandja lugu**, **väärtuspakkumine** ja **hüüdlause**, süstematiseeritud ja tervikuks koondatud tööandja kuvandit toetavad tegevused.



Tööandjat tutvustav video ja brändisaadikute lood kasutamiseks kommunikatsioonis ja töökuulutustel.



Tugev sisemine tööandja kuvand: töötajad tunnetavad oma rolli tööandja saadikuna, toetades aktiivselt tööandja brändingu tegevusi.

Tugev välimine tööandja kuvand: potentsiaalsete tulevaste töötajate sihtrühmad peavad organisatsiooni konkurentidega võrreldes atraktiivseks tööandjaks ja soovivad organisatsioonis töötada.



Oodatavad tegevused ja tulemused

- Tehtud on tööandja brändi audit ja kogutud lisa sisend väärtuspakkumise loomiseks
 - Kaardistatud ja otsustatud on strateegiliselt olulised sihtrühmad.
 - Olemasolev tööandja bränd ja brändi kommunikatsioonikanalid on analüüsitud (sh on teostatud võrdlusanalüüs tööturukonkurentidega ja kaardistatud RMK praegune kuvand avalikkuses ja töötajate seas.
 - Saadud sisend väärtuspakkumiseks oma töötajatelt lühiuuringu ja fookusgruppide läbi viimise teel. Kaardistatud on väliste sihtrühmade (tudengid, professionaalid) ootused väärtuspakkumisele.
- Loodud on eristuv, atraktiivne ja tegelikkusele vastav RMK kui tööandja väärtuspakkumine, tööandja tunnuslause, tööandja lugu tekstina, sihtrühmi kõnetavad põhisõnumid.
- Loodud on tööandja brändi elluviimise ja juhtimise strateegiline ja taktikaline tegevuskava nii sisemiste kui ka väliste sihtrühmade kõnetamiseks, kus on ära toodud ka sõnumisoovitused ja kasutussoovitused vastavalt sihtrühmadele ja kanalitele. Loodud on põhi, mille pealt maja sees saab edasi minna töötajate sisemise aktiveerimisega ja saadikute teemaga
- Loodud on soovitused karjäärilehe uuele kontseptsioonile



Mida peame välja selgitama?

Me peame loome tööandja väärtuspakkumise (VP), mis vastab alltoodud kriteeriumitele ja põhineb andmetel ja uuringutel



Eristuv

Me peame leidma VP, mis eristab teid konkurentidest.

Me peame välja selgitama teie positsioneeringu ja sõnumikeele.



Atraktiivne

Me peame leidma VP, mis on atraktiivne õigetele inimestele mitte kõigile.

Me peame välja selgitama peamised tööandja valikut mõjutavad tegurid teie sihtrühmas.



Usaldusväärne

Me peame leidma VP, mis on usaldusväärne ja lubaduse, mida saame pidada.

Me peame teadma, kuidas praegused töötajad end tunnevad ja mida mõtleavad teie organisatsioonist tööandjana.



Kestev

Me peame leidma VP, mis kestab ajas.

Me peame mõistma organisatsiooni strateegia mõju tööandja brändile.



Meie protsess

UURING

Kvantitatiivne ja kvalitatiivne lähenemine olemasolevate töötajate, sihtrühmade, tööturukonkurentide, strateegia ja väärtuste osas.

Oma töötajad on kaastatud protsessi.

STRATEEGIA

Strateegiline VP loomine, mis on eristuv, atraktiivne, usaldusväärne ja ajas kestev.

Strateegia ja loovlahendus, mida kommunikeeritakse sisse- ja väljapoole.

TEGEVUSKAVA

Strateegiline ja taktikaline tegevuskava esimeseks aastaks, mis sisaldab meediastrateegiat ja plaani.

Katab nii organisatsioonisisese kui ka -välise elluviimise.

TOOTMINE

Materjalide, sisu, veebi loomine, mis toetavad taktikaliselt ja tehnoloogiliselt tuntust, huvi ja loovad kandidaate.



Saame teile pakkuda:

EESTI (KA BALTIKUMI) PARIM STRATEEGILINE KOGEMUS

Olete kindlates kätes, sest meie protsess on läbimõeldud, efektiivne ja tulemusrikas. Oleme loonud üle 40 strateegilise tööandja brändi era- ja avaliku sektori organisatsioonidele erinevates sektorites alates tootmisest, finantsist, teenindustest kuni inseneeria ja haridusvaldkonnani. Seda nii Eestis kui ka välismaal. Lisaks kogemus värbamisturundusest, mis on oluliselt lihtsam ja taktikalisem tegevus.

KOMMUNIKATSIOONI EKSPERTIIS

Me mõistame sihtrühmi ja oskame leida parimad lahendused.

VISUAALNE EKSPERTIIS

Meie disainitiimi juhib Kuldmunadega pärjatud disainer, seega saame pakkuda Eesti kvaliteetsemaid disainilahendusi.

SISULOOME EKSPERTIIS

Keeleline korrektsus ja kaasav sisu on garanteeritud. Meie meeskonnas on olemas nii sisuloome ekspertiis kui ka kõrghariduse keeleteadus. Näiteks on meie projektijuht avaldanud eesti keele õppematerjali "Grammike grammatikat".

ERINEVATE SIDUSRÜHMADE KAASAMISE EKSPERTIIS

Kõik olulised töötajate rühmad alates tippjuhtidest kuni reatöötajateni saavad sisukalt kaasatud. Meil on kogemused nii lihtsamete kui ka keerulisemate olukordadega ja oleme alati ületanud kliendi ootusi sidusrühmade aktiveerimisel ja kaasamisel.



PROJEKTI SAMMUD JA KIRJELDUS



Projektiplaan

Eeltegevused – hetkeolukorra kaardistamine, sihtrühmade otsustamine ja kinnitamine, projekti tööühma moodustamine, ajakava täpsustamine

I etapp - olukorra kaardistus (audit), sisend

1. **Projekti *kick-off*** töötajatele
2. **Väline ootus ja atraktiivsus** – RMK välise kuvandi (tuntus, atraktiivsus) kaardistus majaväliste sihtrühmade hulgas ja sihtrühmade ootused RMK väärtuspakkumisele
3. **Eristumine** - RMK võrdlusanalüüs tööturukonkurentidega
4. **Sisemine tugevus** - tööandja kuvandi uuring – kõikide RMK töötajate seas (Instarilt metoodika)
5. **Sisemine tugevus** – fookusrühmade intervjuud sihtrühma kuuluvate RMK töötajatega
6. **Strateegiline töötuba** tööandja brändingu identiteedi teemal juhtidega (strateegilised eesmärgid, mõõdikud)

II etapp - strateegia ja brändi loomine

7. **Tööandja loo, väärtuspakkumise, hüüdlause loomine** koos tööühmaga (tööühma kohtumised 5 tk x 2h)
8. **Tegevuskava - Soovitused** uuringu ja fookusrühma intervjuude tulemuste edaspidiseks kasutamiseks ja **tegevused** tulemuste parandamiseks
9. **Karjääri- või maandumislehe kontseptsiooni soovitused**



Eeltegevused

RMK hetkeolukorra kaardistamine (senised tegevused, plaanid, eesmärgid), huvipakkuvate sisemiste ja väliste sihtrühmade kinnitamine, projekti tööühma moodustamine, ajakava täpsustamine jne.

Eeltegevused – Materjalidega tutvumine, ülevaade senistest sisemistest ja välimistest tööandja brändi mõjutavatest tegevustest, sihtrühmade ja tööturukonkurentide määratlemine

Tööriistad - Tööandja brändingu auditi Excel & sihtrühmade ja tööturukonkurentide määratlemise Excel. Instar saadab põhjad, milles saate kirjeldada, milliseid tööandja brändinguga seotud tegevusi olete teinud ja millised tegevused on plaanis. Samuti saate välja tuua peamised sihtrühmad ja tööturukonkurendid. Instar töötab teie saadetud dokumendipõhjad läbi ning kasutab saadud sisendit mitmel otstarbel: taustinfo mõistmine RMK võrdlemine tööturukonkurentidega, tegevuskava koostamine (sünergia loomine seni tehtu ja uute ideede vahel).

Töötajate kaasamine

Kuidas? **30-minutiline töötuba.** Instar viib läbi 30-minutilise informatiivse töötoa, mille käigus antakse kõikidele töötajatele ülevaade projekti sisust, ajakavast ja nende rollist projekti vältel.



I OLUKORRA KAARDISTUS (AUDIT)



1. Projekti kick-off kogu majale

Selle etapi eesmärk on kaasata töötajaid ja anda neile ülevaade projektist.

Töötoa struktuur:

Vajadus: miks teema on teie jaoks oluline

Ülevaade ettevõttesisesest tööandja brändingust, selle eelistest ja parimatest tavadest

Ülevaade projekti ajakavast ja töötajate rollist projektis

Eesmärk:

Töötajad on kogu protsessi vältel kaasatud, mõistavad oma rolli ja mõistavad selle olulisust.

Töötoas osalevad kõik töötajad.

Töötuba kestab umbes 30 minutit.

Töötuba viiakse tavaliselt läbi veebis



2. RMK väline atraktiivsus ja ootused tööandjatele

Tööandja välise kuvandi uuring kaardistab teie kui tööandja **tuntuse** ja **atraktiivsuse** prioriteetsete sihtrühmade hulgas tööandja brändi mõjutavate tegurite lõikes ning **võrdluses tööturukonkurentidega**. Uuring avab prioriteetsete sihtrühmade **ootused** väärtuspakkumisele ja selle kommunikatsioonile.

Välise tööandja kuvandi uuringu käigus:

- **kaardistame sihtrühmade ootused** tööandjatele (sisend väärtuspakkumisse) ning enim kasutatavamad infokanalid tööandjate ja töö kohta teabe kogumisel (sisend kommunikatsiooni planeerimiseks);
- Selgitame välja sihtrühmade ootused **töökorraldusele, -tasule ja -keskkonnale** ning ka tööandjapoolsetele **soodustustele**. Lisaks selgitame välja tegurid, mis saavad uue töökoha valikul määravaks.
- **kogume sihtrühmade soovitud** teie välise tööandja mainega edasi tegelemiseks.

Saame teada RMK välise tööandja kuvandi hetkeseisu möödiku, mille alusel otsustada RMK tööandja brändi strateegilised ambitsioonid ja eesmärgid

Uuringud viiakse läbi järelkasvu või kogemustega töötajate sihtrühmades (lepitakse eraldi kokku). Uuringud toimuvad Instari poolt läbiviidava iga-aastase Eesti suurima ja usaldusväärseima töö-ootuste ja tööandjate atraktiivsuse uuringu raames.



3. Võrdlusanalüüs tööturukonkurentidega

Välimine tööandja kuvandi audit, mis põhineb kättesaadaval teabel ja uuringutel.

Audit kaardistab senised sisemised ja välised tegevused võrdluses tööturu konkurentide väliste nähtavate tegevustega. **Etapi tulemusena saame teada, kuidas saate eristuda tööturukonkurentidest.**



Konkurentide võrdlusanalüüs

Selgitame välja olulisemad sihtrühmad (tavaliselt kogenud töötajad ja tulevane järelkasv). Valime tööturu konkurendid teie erinevatele sihtrühmadele. Tööturukonkurente ja RMK'd analüüsitakse Instari välise ja sisemise tööandja brändingu mudeli abil. Viiakse läbi tööturukonkurentide tööandja brändingu tegevuste analüüs (visuaalne identiteet, väärtuspakkumine, töökuulutused, karjäärileht, sotsiaalmeedia sõnumid ja muud auditi mudelis määratletud tegurid) ning nende võrdlevanalüüs teiega avalikult kättesaadava info põhjal. Viiakse läbi ka teie sotsiaalmeedia kanalite süvaanalüüs ja võrreldakse tööturukonkurentidega. Tekib võrdlusbaas konkurentidega.

Võrdlus viiakse läbi 5 tööturu konkurenti hulgas, kellest 3 konkurentiga põhjalikumalt.



4. Sisemine tööandja kuvandi uuring (1)

Valim ja meetod

Uuringu eesmärgiks on **kaasata RMK töötajad protsessi ning kaardistada RMK kuvand praeguste töötajate hulgas.**

Uuring viiakse läbi kõigi **RMK töötajate** hulgas, (võimalik nii pulsiuuringu kui ka põhjalikuma tööandja kuvandi uuringu vormis).

Uuring viiakse läbi RMK poolt Instari juhtnööride ja metoodika alusel. RMK viib läbi uuringu tulemuste analüüsi ja valmistab ette vastavalt instari juhendamisele slaidid strateegiapäevaks.

Koostöös RMK-ga vaadatakse üle Instari metoodikal põhinev küsimustik, eesmärgiga saada töötajatelt vajalik sisendinfo RMK väärtuspakkumise loomiseks.

Uuringu tulemusel on **kõik** RMK töötajad saanud anda oma sisendi organisatsiooni kui tööandja tugevuste ja nõrkuste kohta. Välja on selgitatud RMK kuvand tööandjana, ootused tööandjale ja soovitusindeks.

Uuring viiakse läbi RMK poolt Instari juhtnööride ja metoodika alusel. RMK viib läbi uuringu tulemuste analüüsi ja valmistab ette vastavalt Instari juhendamisele slaidid strateegiapäevaks.



4. Sisemine tööandja kuvandi uuring (2)

Peamised teemaplokid

RMK sisemise kuvandi uuringu käigus selgitatakse välja:

- milline on ettevõtte **kuvand** tööandjana olemasolevate töötajate hulgas – mis muudab tööandja unikaalseks ja eriliseks;
- milline on organisatsioon **tööandjana**;
- millised **tegurid** on olulised, miks just RMK-s töötamine meeldib;
- milliseid **infokanaleid** kasutatakse;
- **tööandja soovitusindeks** (eNPS).

Vajaduse või soovi korral ka:

- rahulolu **töökeskkonnaga** ja **töö sisu ja -korraldusega**;
- rahulolu **meeskonna, juhtimise** ja **koostööga**;
- rahulolu **sisekommunikatsiooni** ja **tasustamisega**;
- rahulolu **arenguvõimalustega**;
- hinnang tööle **kandideerimise kogemusele**;
- millised on ettevõtte töötajate **rahulolunäitajad** ja **pühendumus**.



5. Fookusrühmade intervjuude sisend

Viime töötajate hulgas läbi sihtrühmapõhised fookusrühma intervjuud. **Eesmärk on saada sisend tööandja brändi väärtuspakkumisse** ja selleks selgitatakse välja organisatsiooni tugevused ja nõrkused tööandjana.

Viiakse läbi fookusrühma intervjuud (täpne intervjuude arv sõltub sihtrühmade arvust ja lepitakse eraldi kokku). Igas rühmas on 6-9 töötajat. Ühe fookusrühma kestus on 2 tundi. Fookusrühmade lisaeesmärk on **töötajate kaasamine** ja nende teadlikkuse kasvatamine.

Kogutakse ideid:

- kuidas saaksite **eristuda** tööturul;
- kuidas saaksite olla veelgi **parem tööandja**;
- **töötajakogemuse** parendamiseks;
- kuidas jõuda potentsiaalsete **kandidaatideni**.

Fookusrühmade tulemusel saame olulise **kvalitatiivse** sisendi teie **väärtuspakkumise** ja **sihtrühmadele omaste sõnumite** loomiseks. Juhid saavad ka teabe **juhtimisotsuste** tegemiseks.



6. Strateegiline töötuba tööandja brändingu identiteedi teemal juhtidega

Töötoa käigus saadakse juhtide sisend teie kui tööandja positsioneerimiseks. Lepitakse kokku strateegilised eesmärgid ja panus.

Töötoa ülesehitus:

- Ülevaade RMK praegusest
 - sisemisest tööandja kuvandist (sisend uuring ja fookusrühma intervjuud)
 - välisest tööandja kuvandist ja tööturu ootusest tööandjatele
- Ülevaade tööandjana eristumise võimalustest (sisend konkurentide analüüs)
- Ostuste tegemine lobi gruppitööde. Moodustatakse 4-5-liikmelised grupid, kus:
 - Toimub ajurünnak teie tugevuste ja nõrkuste teemal, eesmärgiks saada sisend väärtuspakkumisele, tööandja loole ja hüüdlausele;
 - lepitakse kokku tööandja brändingu positsioneerimine,
 - Lepitakse kokku tööandja brändi sisemised ja välimised mõõdikud;
 - toimuvad grupiarutelud tegevuste osas.

Töötoas osalevad **juhid ja võtmetöötajad**. Töötuba kestab 6 tundi.

Töötuba annab olulise sisendi teie tööandja brändi kujundamiseks, väärtuspakkumise loomiseks ja tööandja brändingu tegevuskava väljatöötamiseks.



II STRATEEGIA JA TÖÖANDJA BRÄNDI LOOMINE



7. Tööandja väärtuspakkumise, hüüdlause ja loo kujundamine

Sõnastatakse ainulaadne, sihtrühmale atraktiivne ja konkurentidest eristuv väärtuspakkumine, tööandja lugu ning tööandja brändingu tunnuslause.

Etapp sisaldab:

- Tööandja loo, väärtuspakkumise ja tööandja brändingu tunnuslause loomist ning nende testimist projekti töörühma peal;
- Töörühma kohtumisi, mille käigus töörühm teeb otsuseid.

Töörühma soovitatav suurus on maksimaalselt 15 liiget ja sinna peavad kuuluma otsustusõigusega liikmed. Töörühma kohtumised toimuvad 5 korda ja ühe kohtumise kestus on maksimaalselt 2 tundi. Kohtumised toimuvad veebis (vajaduse korral kohapeal).

Töörühma liikmed peavad osalema kõikidel kohtumisel.

Töörühma liikmed teevad otsuseid töörühma kohtumistel ja kodutöid liikmetele ei jää.

Etapi tulemusel luuakse teile eristuv tööandja lugu, väärtuspakkumine ja tööandja brändingu tunnuslause. Sihtgrupi ootustest lähtuvalt on välja töötatud argumendid, miks olete atraktiivne tööandja.



8. Tegevuskava

Tegevuskava on strateegiline ja taktikaline plaan nii sisemiste kui ka väliste tegevuste lõikes, mis:

- pakub välja **konkreetsed tegevused**, määratleb tööandja brändingu **vastutuse** ja **koostöö** organisatsioonisiselt ning annab tegevuste **sageduse** ja **möödikud**;
- sisaldab sisemise tööandja kontseptsiooni (sisekommunikatsiooni kava, sõnumid) ja välise tööandja brändi aktiveerimise tegevusi (sh. sõnumisoovitusi ja kasutussoovitusi vastavalt sihtrühmadele ja kanalitele);
- sisaldab kanaleid (sh LinkedIn-i ja teiste sotsiaalmeedia kanalite kasutuselevõtt ja soovitused).

Sisemiste tegevuste osas on suur roll oma töötajatel ja nende võimustamisel, väliste tegevuste osas on põhirõhk tööandja **turunduskommunikatsioonil** ja **visuaalsel brändingul** (sh sobivate värbamiskanalite ettepanekud sihtgruppidele; töökuulutuste/sisu soovituslikud formaadid).

Tegevuskava loomisprotsessi kaasatakse teie tööandja brändingu töörühm, tagamaks tegevuskava realiseerimise ja vastutuste jaotuse.

Etapi tulemusel koostatakse tööandja brändingu strateegiline ja taktikaline tegevuskava ja värbamiskanalite valiku soovitused, sh formaadid.

Saate 1) tööriista Excelis ja 2) ülevaatliku kava PowerPointis.



9. Karjäärilehe kontseptsiooni soovitused

- **Karjäärilehe uuendamise soovitused**

Instar annab soovitused atraktiivse ja kasutajasõbraliku karjäärilehe loomiseks.

Eraldi kokku leppel on võimalik luua terviklik uus karjäärileht, mis sisaldab struktuuri, sisu loomist (copywriting), kujundust (tekst, pildid, paigutus, alajaotised) ja veebiarendust.

Vaata näiteid meie tehtud töödest:

[Prisma Peremarket](#)

[Hurtigruten](#)

[Connecto](#)

[TS Laevad](#)

[Hansabuss](#)

[Bauhof](#)

TULEMUSED

Soovitused, kuidas luua tööandjale kandidaatidele atraktiivne ja veenev karjäärileht.

Karjäärileht võiks sisaldada:

- Tööandja tutvustus,
- Tööruumide ja inimeste visuaalsed kujutised, mis on kategoriseeritud sihtrühmade ja ametikohtade järgi,
- Töövõimaluste kirjeldus,
- Võimalus kandideerida vabadele ametikohtadele,
- Otselingid sotsiaalmeediasse,
- Tööandjate videod.



III AKTIVEERIMINE

(ei sisaldu pakkumises)



Tööandja brändi visuaalse identiteedi loomine

(ei sisaldu pakkumises)

Luuakse tööandja brändingu visuaalse identiteedi kontseptsioon, mis põhineb tööandja brändingu hüüdlausel, lool ja väärtuspakkumisel.

- Töötatakse välja visuaalne identiteet, mida kasutatakse järjepidevalt **töökuulutustes, karjäärilehel** ja muudes **tööandja brändingu materjalides**.
-
- Tööandja **brändingu CVI** (Corporate Visual Identity, stiiliraamat) põhineb organisatsiooni olemasoleval CVI-l ja sisaldab töökuulutuse malle, sotsiaalmeedia malle, sisseelamisbrošüüri, töökohta tutvustavat PowerPointi esitlust, roll-upe, brošüüre/plakateid, õnnitluskaarte ning *merchi* kontseptsioone ja näidiseid.

Tulemused

Organisatsioonil on terviklik tööandja bränd, mis võimaldab tõhusalt kõnetada prioriteetseid RMK välimisi ja sisemisi sihtrühmi sh. kaasata oma töötajaid.



9. Aktiveerimine (1) (ei sisaldu pakkumises)

- **Töötajate lugude loomine**

Intervjuude eesmärgiks on luua kogemuslood RMK-s töötamise kohta. Etapp sisaldab nii intervjuudeks ettevalmistuste tegemist, intervjuueeritavatega suhtlemist, intervjuude läbitöötamist ja nendest ühtse terviku loomist karjäärilehel kasutamiseks.

Intervjuudest kirjutatakse töötajate lood, mida saab jagada nii kodu- kui ka karjäärilehel ja ka sotsiaalmeedias.

- **RMK töötajate fotopanga loomine**

Lähtudes tööandja brändingu visuaalsest kontseptsioonist luuakse töötajate fotopank (ca 20 pilti, täpne arv lepitakse kokku), mida saab kasutada karjäärilehel, töökuulutustes, sotsiaalmeedias ja muudes materjalides.

Fotod tehakse ühes kohas (nt stuudios või kontoris). Lisatasu eest on võimalik korraldada täiendavaid asukohti.

Fotosessiooni koordineerib ja juhib fotograaf, keda toetavad projektijuht ja disainer.

Meigikunstnikku saab palgata lisatasu eest.



9. Aktiveerimine (2) (ei sisaldu pakkumises)

- Tööandja video(te) loomine

Luuakse **1 katusvideo** (kestusega kuni 2 minutit) ning soovi korral **2 sihtrühma värbamisvideot** (kestusega ca 30 sekundit) ning **5 reels'i** potentsiaalse sihtrühma edukamaks kõnetamiseks.

Videod on subtiitritega, et sõnumit saaks edastada ka helita vaatamisel.

*Reels'*ide materjal lõigatakse välja võttepäeval filmitud materjalist.

Kõiki videosid saab jagada nii kodulehel kui sotsiaalmeedias, kasutada karjäärimesseidel ja mujal, kus on oluline teid tööandjana tutvustada.

Videote loomine sisaldab kõiki tegevusi alates skripti kirjutamisest, osalejatega suhtlemisest, videotiimi briifimisest, monteerimisest (sh heli ja valgus), videote toimetusest kuni tehniliste valmisproduktide loomiseni.

Mõned meie tööd:



Nordea



HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM

FIFAA
FIRMARÖIVAD JA REKLAAMKINGITUSED



9. Aktiveerimine (3) (ei sisaldu pakkumises)

• Töökuulutused

Luuakse atraktiivsed, sihtrühmaspetsiifilised töökuulutused avaldamiseks veebilehtedel ja trükis. Töökuulutused peegeldavad väärtuspakkumist ja on kohandatud konkreetsetele sihtrühmadele ning on valmis avaldamiseks erinevates meediakanalites (sealhulgas sotsiaalmeedia formaadid ja Facebooki kontode visuaalid). Töökuulutused esitatakse redigeeritavas vormingus (Word või PDF).

• Sotsiaalmeedia bännerid

Sotsiaalmeedia platvormidel avaldamiseks luuakse eristuvad sotsiaalmeedia bännerid, sealhulgas animeeritud.



9. Aktiveerimine (4) (ei sisaldu pakkumises)

Brändisaadikute programm

RMK **tööandja brändisaadikute programm** luuakse selleks, et innustada töotajaid kajastama oma töövaldkonda ja tööandja tegevusi ning toetada RMK positiivse tööandja kuvandi levikut.

Sealhulgas:

- adresseerida üldist teadlikkust **kõigi töötajate** puhul (igaüks on tööandja saadik ja saab erinevatel viisidel tööandja kuvandi hüvanguks tegevusi teha);
- suunata fookus **töötajatele, kellel on potentsiaali/huvi** ka põhjalikumate lisategevustega aidata ning mõelda kaasa, kus/kuidas tööandjana edukamalt silma paista. Sütitada nende sisemine motivatsioon ning luua tööriistu, mis teevad neil panustamise eriti lihtsaks ja mugavaks;
- tõsta organisatsiooni välist tuntust tööandjana.

Saame saata huvi korral põhjalikuma tutvustuse koos pakkumisega.



Lisavõimalused (ei sisaldu pakumises)

- Töötajate uue tööandja brändi tutvustamise/aktiveerimise avaüritus, kui bränd on valmis
- Tegevuskava rakendamine (sh PR-partnerlused, nii sise- kui ka välistegevus)
- Organisatsiooni väärtuste uuendamine või loomine
- Sisu loomine (töötajate lood, sotsiaalmeedia postitused)
- Tööandja bränd või värbamiskampaaniad (digi-, välimeedia, raadio jm.)
- Tööandjasaadiku aktiveerimisprogramm ja koolitus



INVESTTEERING



Projekti maksumus

I osa - Olukorra analüüs ja sisend	Maksumus	Töötunde	Töötunni hind
Eeltegevused ja töörühma kick-off töötuba	600	10	60
Võrdlev analüüs tööturukonkurentidega	1400	23	60
Tööandja välise kuvandi uuring Instari atraktiivsuse uuringu alusel, 2 sihtrühma	1990	33	60
Sisemine tööandja kuvandi uuring	500	8	60
Fookusrühma intervjuud (2 intervjuud, 600 eurot tükk)	1200	20	60
Strateegiline juhtkonna tööandja brändingu positsioneerimise töötuba	1800	23	80
Kokku I osa, sisend	7490	117	
II osa - tööandja brändi loomine			
Väärtuspakkumise, tunnuslause, sõnumite loomine	3600	60	60
Tööandja brändingu strateegilise ja taktikalise tegevuskava loomine	1400	23	60
Karjääri- või maandumislehe kontseptsiooni soovitusel	1000	13	80
Töörühma kohtumised (5 kohtumist, üks kohtumine ca 2 tundi, lisakohtumine 200 eurot)	1000	14	70
Projekti juhtimine (17 tundi)	1000	17	60
Kokku II osa	8000	127	
KOKKU I ja II osa	15490		

III osa – aktiveerimine (ei sisaldu pakkumises, kuid on võimalik juurde tellida)			
Tööandja brändi visuaalse identiteedi loomine	5600	80	70
Karjääri- või maandumislehe loomise täisteenus (kontseptsioon, kujundus, arendus, sisuloomine ja avaldamine)	9000	129	70
Fotopanga loomine (ca 20 pilti) eeltöö, pildistamine, töötlus	1600	27	60
Sisuloomine - töötajate intervjuud	600	10	60
Videote loomine (1 pikem, 2 lühemat, 5 reelsi)	5900	98	60
Kokku III osa	26190	279	
Lisavõimalused			
Saadikute programm	7900	132	60
Tutvustavate tekstide loomine			60
Muud kujundustööd ja materjalide tootmine			70
Lisatööd, näiteks lisa-sisuloomine – 60 eurot tund			60

- Tugi sisekommunikatsiooni ja muuga kogu projekti vältel
- Hindadele lisandub käibemaks.



AJAKAVA



Ajakava

1. kuu - september 2. kuu 3. kuu 4. kuu 5. kuu

I osa - Eeltegevused ja töörühma kick-off töötuba

Sisemine uuring

Analüüs tööturukonkurentidega

Tööandja välise kuvandi uuring Instari atraktiivsuse uuringu alusel

Fookusrühma intervjuude läbiviimine

Strateegiline juhtkonna tööandja brändingu positsioneerimise töötuba

II osa Väärtuspakkumise, tunnuslause, värbamissõnumite ja visuaalse identiteedi loomine (töörühmade kohtumised)

Strateegiline ja taktikalise tegevuskava (sise- ja väliskommunikatsioonikava)

Karjääri- või maandumislehe kontseptsiooni soovitused



MEESKOND



Projektimeeskond

Instar pakub Eesti tippasjatundjatest projektimeeskonda, kuhu kuuluvad:

Kersti Vannas, tööandja brändingu strateeg

Birgit Ruunik, tööandja brändingu projektijuht

Annika Alus, uuringute projektijuht



INSTAR



Instar

- Instar on **tööandja brändingu** valdkonna **eestkõneleja** ja valdkonna arendaja Eestis alates **2007. aastast**.
- Me usume **andmetesse, mõõdikutesse** ja **tulemuslikkusesse**.
- Oleme **16 aastat** uurinud Eesti elanike ootusi tööandjatele ja teame, millised on atraktiivsuse võtmeelemendid. Parimad saavad aukirjad **Atraktiivsete Tööandjate Päeval**.
- **Organisatsioonikultuuri** ja **töötajakogemuse** mõistmine on kohustuslik eeldus tööandja brändi loomisel ja hoidmisel. Parimad tööandja brändingu teod saavad pärjatud konkursil **Magnet Awards Eesti**.
- Me **kaasame töötajaid**, et tekitada neis huvi ja isu tööandja saadiku rolli vastu ning tagada **tööandja brändi pikaajaline edukus**.



EAEBA

European Association of Employer Branding Agencies



Leading European agencies' experience for your employer brand

Mõned meie tööandja brändingu tööd



Instari kliendid

Nordea

Foxway

coop

CGI

FUJITSU

Danske Bank

SCOPE Scope Group

HURTIGRUTEN

EESTI MEEDIA

Cash On Go

EESTI RAUDTEE

191
SANARVA HAIGLA

ICEFIRE

OPERAIL

ARCHIMEDES

Swedbank

medicum

nqbu minds

oi

Stoneridge

EMPOWER ENSTO

CONNECTO

Tallinn

GAS

Roche

Leibur

LHV

CIRCLE K

ADVEN
Advantage in energy

IDA-TALLINNA KESKHAIGLA

KUEHNE+NAGEL

eCabs

LÄÄNE-TALLINNA KESKHAIGLA

TS LAEVAD

REPUBLIC OF ESTONIA
MINISTRY OF DEFENCE

Henkel

BENU

EY

riigikontroll

PORT OF TALLINN

HEISI

KUEHNE+NAGEL

BRINKS

TREXZ

KESKKONNAAGENTUUR

Helmes

KPMG
cutting through complexity

HANZA

MOONCASCADE

it talent

PCC

FIFAA
FIMARÕVAD JA REKLAAMINGITUSED

KUNDA NORDIC
HEIDELBERGCEMENT Group

saku
SAKU OLLUTAS 1820

itella

Tamro

matek
PUITKONSTRUKTSIOONID

Lemminkäinen

EESTI STATISTIKA

Prokuratuur

MAANTEEMET

SCOPE Scope Group

saku

itella

elering

if...

PEPCO

SLO
Sonepar Company

DERIVCO

net group

Prokuratuur

MAANTEEMET

SCOPE Scope Group

saku

itella

elering

SYNLAB

Hansab
IT solutions

ApteeK

smit

medicum

ERGO

JUSTITSIMINISTEERIUM

glia

STUDIOWORKS

erik
Registrite ja Infosüsteemide Keskus

SOKOS HOTELS

TERE

Orkla

Nordnet

breakwater
Technology

HANSAC GRUPP

VAPIANO
PIZZA | PIZZA | BAR

ABB
Estonian Police and Border Guard Board

CIVITTA

Eesti Haigekassa

elisa

Postimees

pare

JW JELD-WEN
WINDOWS & DOORS

DATTEL
EMPOWERING SMART COMMUNITIES

Grant Thornton

nqbu minds

RIDANGO

ESTEVE
Advancing health together

Nortal

Viljandi Haigla
mõistuse ja südamega
swissôtel
Hotels & Resorts

ALEXELA

SECTOR
ALARM

SISEMINISTEERIUM

ERICSSON

HARIDUS- JA TEADUSMINISTEERIUM TÖÖANDJA BRÄND – Hariduse tulevik. Meiega

Töökuulutused

**HARIDUS- JA TEADUSMINISTEERIUM**

Hariduse tulevik. Meiega.

**Tule meile kommunikatsiooni nõunikuks**

Sinu töö tulemusel jõuavad hariduse valdkonna selged sõnumid ja vajalik informatsioon iga Eestimaal elava inimeseni.



Sa lood ja planeerid oskusi- ja kommunikatsioonistrateegiaid ja planeerid erinevate ettevõtte- ja ühiskondlike tegevuste juhtimiseks. Oled võimeline teavitama ja motiveerima teiste inimeste hariduse ja teaduse vallas.



Sa kirjutad väga hea tasemel pressiteateid, artikleid ning koostad ettevalmistusi. Tulevad erinevate kanalite kaudu ja lood vastavad sõnumid ni pakkutud kui ka sisulise rõhutamiseks.



Sa kirjutad väga hea tasemel pressiteateid, artikleid ning koostad ettevalmistusi. Tulevad erinevate kanalite kaudu ja lood vastavad sõnumid ni pakkutud kui ka sisulise rõhutamiseks.

Meil on hea töötada, sest peame oluliseks inimeste arengut, tervist, head töökeskkonda. Meie töötajate motivatsioonipaketti kuulub 25 päeva korralist puhkust ja 3 vergusuplõuna aastas ning ühisel koduhooldus ja arenguandmised.

Töö asukoht **Tartu või Tallinn.**

Sinu kättemõtte vastab kommunikatsiooni valdkonna nõunik Mari Annus [@mariaannus](#)

**Saada meile oma CV ja motivatsioonikiri koos palgasooviga hiljemalt 19. septembriks, vajutades „Kandideeri“ nuppu.**

Kandideeri südametunniselt! Võimalusel ühenda näiteks ja Teadusministeeriumi arendusvaldkonnas, mis on teinud suurepärast tööd!

Video



Sotsiaalmeedia


**HARIDUS- JA TEADUSMINISTEERIUM**

Tule meile finantsala peasekspertiks

Hariduse tulevik. Meiega.

**HARIDUS- JA TEADUSMINISTEERIUM****Tule meile kehalise kasvatusel valdkonna peasekspertiks**

Maandumisleht

**HARIDUS- JA TEADUSMINISTEERIUM**

Hariduse tulevik. Meiega

MINISTEERIUM
Tubustus ja struktuur
Minister Tõnis Lukas
Juhtkond
Majandustase
Dokumendiregister
Lubadused
Strateegilised alusdokumendid ja programmid
Strateegilised partnerid
Ogusloome
Välisühendamine
Järelevalve
Tööd või praktikale

Tööd või praktikale
Siit leiad aktiivsed töö- ja praktikapakkumised ning info, mis mees juures on hea töötada.

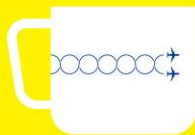
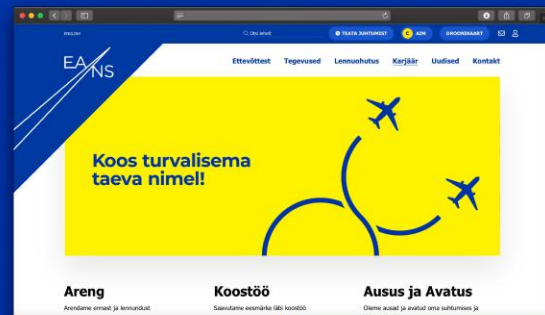
HTM lugu
Töö Haridus- ja Teadusministeeriumis on tähenduslik – mõjutame iga väikest ja suurt Späsi hariduskäiku ja selle kaudu terve elukeed. Tegutses selle nimel, et luua igale Eesti inimesele võimalused arenguks, õppimiseks ja eneseteostuseks.
Meie töö on ka rahvusvaheline mõõde, sest Eesti ühenduste avalustaharidussüsteem on esakõige parajate riikide.
Ministeeriumi töökorraldus on paindlik. Meie ligi 300 inimest töötab Tartus, Tallinnas ja mujal Eestis, kasutades läbiviidud töid või tehes kaugteel.
Head haridustahendused sõnnivad ajendatult, avatud, hoolivate ja usaldusväärsete inimeste koostöös.
Lüü meile professionaalse ja toetava tiimiga, kus saad rakendada oma eksperitseteetrisi ja neid pidevalt edasi arendada.

Väärtuspakkumine
Panusta Eesti hariduse arengusse
Saad rakendada oma eksperitseteetrisi, et luua Eesti inimestele parimad võimalused õppimiseks ja arenguks. Sinu töö võib edasi Eesti ühiskonda ja tõsta Eesti haridussüsteemi esile ka rahvusvahelisel. See on tähenduslikas töö!
Arene inimese ja professionaalsena
Saad töötada vastutustundlike teemadega ning enda teadmisi pidevalt täiendada. Töö on vaheldusrikas, kord nõuab kiiret reageerimist, kord järjepidevat tegevust kaugemal eemalpool. Vajadusel saad töötamise perioodil ühendada õpingutega.
Tegutses koos ajendatult ja toetava tiimiga

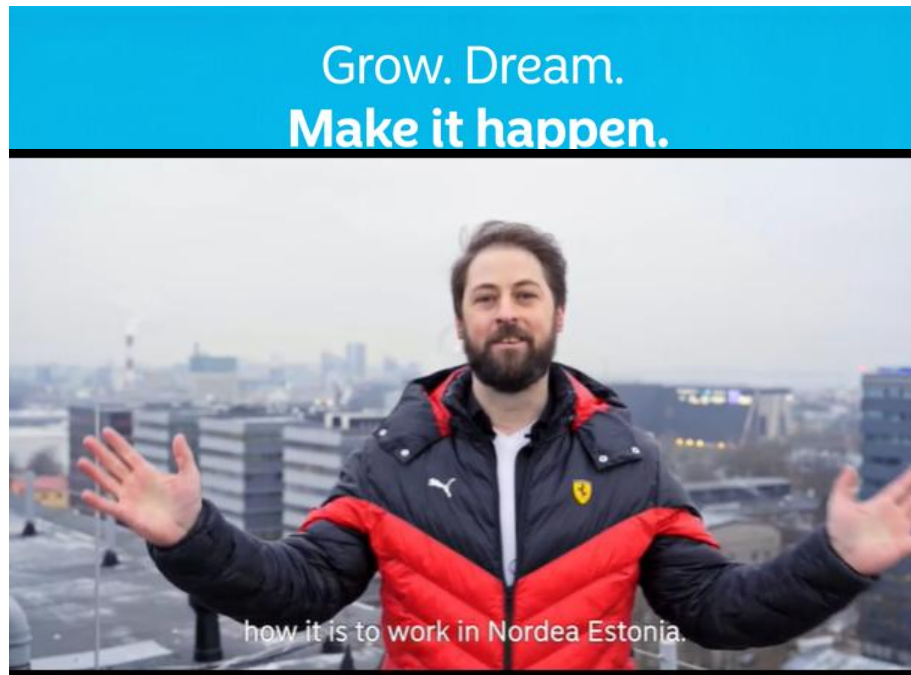


**HARIDUS- JA
TEADUSMINISTEERIUM**

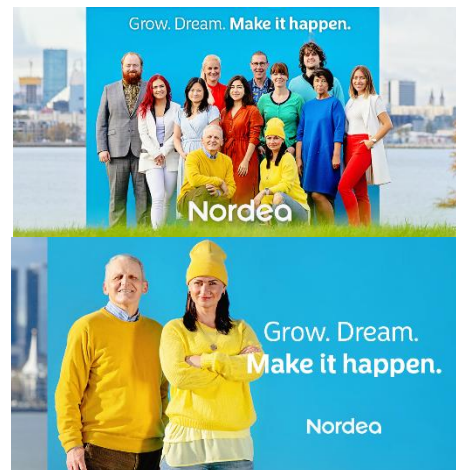
**KOOS
TURVALISEMA
TAEVA NIMEL!**



NORDEA TÖÖANDJA BRÄND– Grow. Dream. Make it happen.



Nordea



Who we are?



Our value proposition



Gateway to Banking and Growth

Our employees are the best in the world. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one.



We are One Team

Our employees are the best in the world. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one.



We Care

Our employees are the best in the world. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one. They are the ones who make the difference between a good bank and a great one.

What we do in Nordea Estonia?



Our people

Our people



Blog

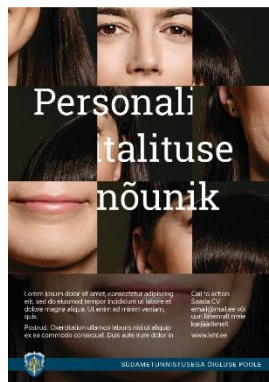
Blog



Latest posts

PROKURATUUR TÖÖANDJA BRÄND – Südametunnistusega õigluse poole

Töökuulutused



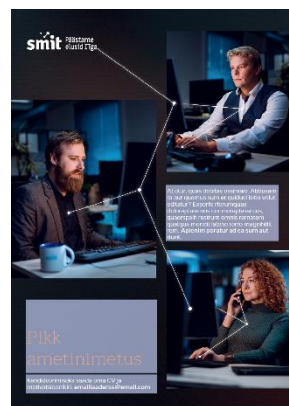
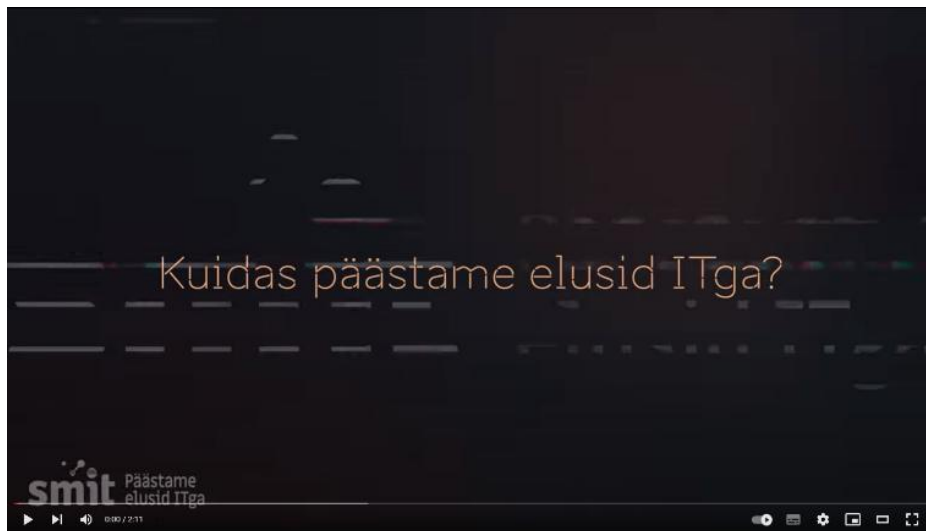
Sotsiaalmeedia



SMIT TÖÖANDJA BRÄND – Päästame elusid ITga



[Video](#)



BREAKWATER TÖÖANDJA BRÄN

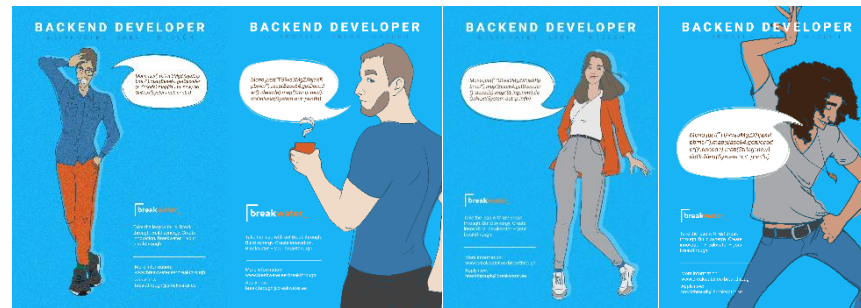
Breakwater_ is your breakthrough!

Sotsiaalmeedia

Töökuulutused



Illustratsioon



FIFAA TÖÖANDJA BRÄNDING

Erakordsed inimesed, brändid, võimalused

Töökuulutused



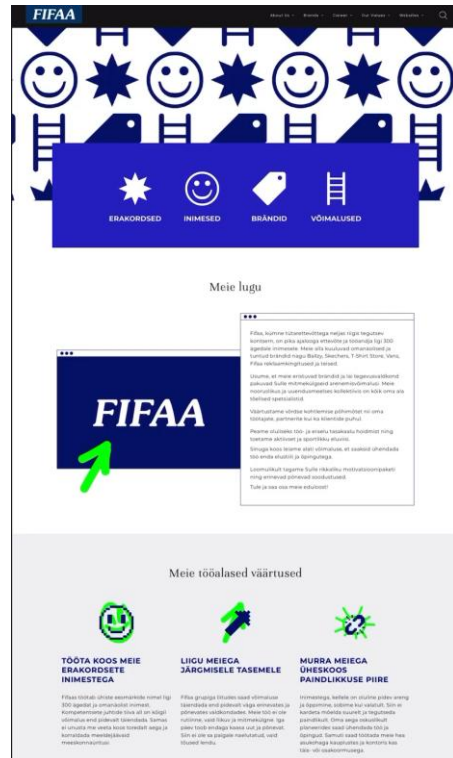
Video



Sotsiaalmeedia



Maandumisleht

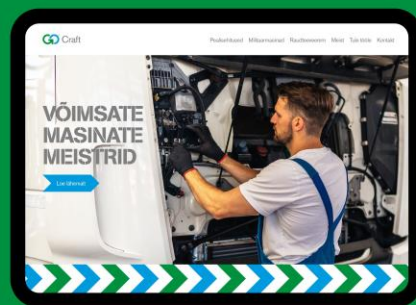


FIFAA
FIRMARÕIVAD JA REKLAAMKINGITUSED

Slogan

VÕIMSATE MASINATE MEISTRID

Graafika



VÕIMSATE MASINATE MEISTRID

Kui Sind käivitavad keskmisest suuremad
masinad, lüü meeskonnaga!



TERE- TULEMAST VÕIMSATE MASINATE MEISTRITE SEKKA



Uus 100tapa
kõnnumaal



Sotsiaalse media



Töökuulutused



Värbamisvoldik



HANZA



KAITSEMINISTEERIUMI TÖÖANDJA BRÄND

Sina. Meie. Eesti

Sotsiaalmeedia



Töokuulutused



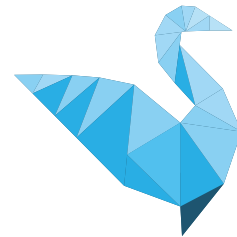
Maandumisleht



KAITSEMINISTEERIUM

KAITSEMINISTEERIUM TÖÖANDJANA

Kaitseministeerium on Eesti riigikaitse peakorter, kus sälmivad meie riiki kaitsvad ja arendavad otsused. Meie missiooniks on teha riigile ja rahvale olulist tööd hinge, südame ning suure pühendumusega, olles samal ajal leidlikud ja teatavalised. Viime seadud eesmärgid ellu ning julgeme võtta vastu suuri otsuseid. Meie puues on Sul võimalus teha tõeliselt suuri asju. Kinnitame, et töö Kaitseministeeriumis on oluline tervele Eestile.



Instar
EMPLOYER BRANDING
CONSULTANCY

Pakkumine on konfidentsiaalne ja projekti käigus meile teatavaks saanud informatsiooni konfidentsiaalsus on tagatud.

Oleme vajadusel valmis sisu selgitama ja täiendama.

Pakkumise koostas: *Instar EBC OÜ*



Instar EBC – Employer
Branding



Instar EBC – Employer
Branding Agency



@instarebc



<https://www.instar.ee/>



Instar

CUTTING EDGE
EMPLOYER BRANDING