

Budujemy silną markę pracodawcy

W Grupie Kapitałowej LOTOS procesy rekrutacji i zatrudniania prowadzone są w sposób odpowiedzialny i obiektywny, z szacunkiem dla kandydatów. Dbamy o dobrą atmosferę w trakcie spotkań rekrutacyjnych oraz informację zwrotną po ich zakończeniu. Gwarantujemy poufność i bezpieczeństwo aplikującym o pracę w naszej organizacji.

W 2015 roku rozpoczęliśmy prace nad nową strategią budowania marki pracodawcy. Jej efektem jest dokument „Strategia marki LOTOS, jako pracodawcy” wraz z towarzyszącym mu „Planem działań operacyjnych” oraz miernikami ich efektywności.

Cele i zamierzenia strategiczne marki LOTOS jako pracodawcy:

- zapewnienie kompetentnych pracowników do realizacji strategii biznesowej,
- budowanie angażującego środowiska pracy, opartego na komunikacji, dobrych relacjach i wartościach.

Działania, których celem było wypracowanie strategii marki LOTOS jako pracodawcy, są odpowiedzią na potrzeby:

- zabezpieczenia ciągłości realizacji celów biznesowych, w której najcenniejszym zasobem są pracownicy i ich wiedza,
- pozyskania najlepszych kompetencji na rynku ogólnopolskim, co wymaga budowania szerokiego pola dotarcia z ofertą marki LOTOS jako pracodawcy.

Za sprawą podjętych działań LOTOS chce zostać marką pracodawcy o:

**ogólnopolskim
zasięgu**

Co w ten sposób zyskamy?

Zwiększy się pula możliwych do pozyskania kandydatów i kompetencji.

**wyrazistej
tożsamości**

Co w ten sposób zyskamy?

Kluczowy czynnik zaangażowania zostanie przeniesiony z obszaru nietrwałych czynników, jakim jest obecnie poziom wynagrodzeń na czynniki bardziej emocjonalne, budujące trwałe związki z odbiorcami marki.

**przejrzystej
komunikacji
oferty**

Co w ten sposób zyskamy?

Wyższy poziom dopasowania kandydatów.

wysokim
potencjale
zaangażowania

Co w ten sposób zyskamy?

Mniejsze ryzyko rotacji pracowników w przypadku pojawienia się silnej konkurencji na lokalnym rynku pracy.

przejrzystych
zasadach
polecania

Co w ten sposób zyskamy?

Zwiększy się poziom dotarcia do wartościowych kandydatów, pracownicy staną się aktywnymi ambasadorami marki LOTOS na zewnątrz organizacji.

Marka pracodawcy ważna dla wszystkich

W prace nad strategią budowy marki LOTOS jako pracodawcy zaangażowaliśmy naszych pracowników. Przeprowadziliśmy warsztaty, na które zaprosiliśmy 40 osób zatrudnionych we wszystkich segmentach Grupy Kapitałowej LOTOS. Dzięki nim dowiedzieliśmy się m.in. jakie pozytywne cechy są spójne dla poszczególnych obszarów naszej działalności, a jakie stanowią unikalny wyróżnik – niepowtarzalną siłę LOTOSU.

W przypadku zatrudnionych przez nas kobiet stosunek średniego wynagrodzenia na najniższym szczeblu do płacy minimalnej w Polsce wynosił w 2015 roku 1,14. W przypadku mężczyzn nieznacznie przekraczał 1.

Nasze działania z zakresu budowania wizerunku pracodawcy

Wizerunek atrakcyjnego i solidnego pracodawcy budujemy m.in. poprzez:

- realizację przyjętej polityki personalnej oraz planu działań udoskonalających po badaniach opinii pracowników,
- budowanie angażującego miejsca pracy i komunikację z naszymi pracownikami, m.in. poprzez miesięcznik LOTOSFERA i intranet LOTOSTRADA,
- aktywną komunikację naszych wartości i korzyści potencjalnym kandydatom do pracy z wykorzystaniem różnorodnych kanałów komunikacji, np. stronę internetową (www.kariera.lotos.pl), obecność na portalach Pracuj.pl i LinkedIn., prowadzenie portalu Wystartuj z LOTOSEM na Facebooku, obecność na targach pracy, powoływanie ambasadora studenckiego LOTOS promującego wartości naszej firmy oraz pełniącego rolę łącznika ze studentami. [zobacz więcej](#)
- współpracę ze szkołami i uczelniami wyższymi, organizacjami studenckimi, kołami naukowymi, organami administracji państwowej i samorządowej dotyczącą promowania szkolnictwa zawodowego i wsparcia edukacji oraz tworzenia miejsc pracy.

Co jeszcze zrobiliśmy?

Grupa Kapitałowa LOTOS stworzyła możliwości zarówno awansu poziomego, jak i pionowego oraz zapewniła transfer wiedzy i kompetencji pomiędzy swoimi spółkami. Przejście pracownika pomiędzy działami czy spółkami lub na inne stanowisko umożliwia mu ciągły rozwój oraz kształcenie się w nowych obszarach. Priorytetowym projektem ze względu na rekrutacje wewnętrzne jest EFRA. Specjalnie w tym celu stworzyliśmy Program Personel EFRA. Jego celem jest dobór, zatrudnienie, przeszkolenie i przygotowanie oraz zatrzymanie w organizacji wykwalifikowanych pracowników niezbędnych do realizacji zadań w ramach projektu doskonałości operacyjnej EFRA, który jest elementem szerszego programu Grupy LOTOS „Efektywność i Rozwój”. Działania w ramach Programu Personel EFRA obejmują lata 2014–2019. Program bazuje na procesie alokacji pracowników ok. 40 osób i zakłada dodatkowe zatrudnienie pracowników z rynku.