

Employer
Branding
Stars



Regulamin konkursu Employer Branding Stars 2019

§ 1 Postanowienia ogólne

Konkurs organizowany jest pod nazwą Employer Branding Stars.

§ 2 Organizator konkursu

Organizatorem konkursu Employer Branding Stars jest firma Employer Branding Institute Sp. z o.o. zarejestrowana w Warszawie, ul. Domaniewska 47/10, 02-672 z siedzibą w Warszawie 00-189, ul. Inflancka 5/35; NIP: 5213626341. Partnerem merytorycznym konkursu są firmy Employer Branding Institute.

§ 3 Uczestnictwo w Konkursie

1. Uczestnictwo w Konkursie jest bezpłatne.
2. Udział w Konkursie mogą brać osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą, osoby prawne oraz jednostki organizacyjne nie posiadające osobowości prawnej, mające siedzibę na terenie RP, które prowadzą działania mające na celu budowanie marki pracodawcy oraz pozyskanie, rozwój i utrzymanie w organizacji pracowników.
3. Udział w konkursie mogą brać również agencje i inne podmioty, które na rzecz swoich klientów zrealizowały działania employer brandingowe.

4. Przystępując do konkursu Uczestnik potwierdza, iż spełnia warunki uprawniające go do udziału w Konkursie, a także zobowiązuje się do przestrzegania niniejszego Regulaminu.

§ 4 Misja Konkursu

1. Konkurs Employer Branding Stars jest organizowany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej. Konkurs ma na celu wyłonienie najlepszych działań z zakresu budowania wizerunku pracodawcy na terenie Polski w okresie określonym w punkcie V prowadzonych przez pracodawców.
2. Misją konkursu jest kształtowanie standardów działań budujących pozytywny wizerunek pracodawców poprzez nagradzanie najlepszych działań w tym zakresie.

§ 5 Kategorie konkursowe i wymogi formalne

1. Nagrody przyznawane są w 8 kategoriach głównych:

- Najlepsza Strategia Employer Branding
- Najlepsza Kampania Employer Branding
- Najlepsza Wewnętrzna Inicjatywa Wewnętrzna
- Najlepszy Candidate Experience
- Najlepsze Działania Digital
- Najlepsza Strona Kariery
- Najlepsze Video Wizerunkowo-Rekrutacyjne
- Employer Branding skoncentrowany na efektach/ROI

I dwóch kategoriach specjalnych:

- Narzędzie wspierające Employer Branding
- Osobowość roku w Employer Brandingu

2. Wymogi formalne zgłoszeń konkursowych

Kategorie główne:

Najlepsza Strategia Employer Branding

Działania badawcze, analityczne i strategiczne, mające na celu stworzenie strategii EB (kompleksowej lub punktowej tj. skierowanej do określonej grupy docelowej) wspierające konkretne wyzwania biznesowe organizacji. W tej kategorii oceniamy także strategie lokalizacji EVP czy strategie sektorowe. Ocenie podlega szerokość i

jakość uwzględnionych danych, jakość insightów, wyprowadzenie grup docelowych czy EVP.

Najlepsza Kampania Employer Branding

Działania promocyjne obsadzone wokół jednego pomysłu skierowane do określonej grupy docelowej złożone z minimum trzech różnych realizacji/działań. Mogą tu być zgłaszane duże zintegrowane działania wizerunkowo-rekrutacyjne, jak i pojedyncze kampanie rekrutacyjne.

Do tej kategorii nie zaliczają się np. jedna realizacja trzykrotnie publikowana w mediach w różnych odstępstwach czasowych lub w różnych mediach. W tej kategorii nie są oceniane kampanie wizerunkowe wewnętrzne.

Ocenie w tej kategorii podlegają założenia strategiczne i ich implementacja, innowacyjność i efektywność.

Najlepsza Wewnętrzna Inicjatywa Wewnętrzna

Działania promocyjne obsadzone wokół jednego lub kilku pomysłów, skierowane do pracowników organizacji o charakterze wizerunkowym lub rekrutacyjno-wizerunkowym. Mogą być tu zgłaszane zarówno całe kampanie jak i pojedyncze działania.

Najlepszy Candidate Experience

Kategoria obejmuje jeden lub kilka pomysłów związanych ze strategicznym budowaniem pozytywnych doświadczeń kandydata w procesie rekrutacji. W tej kategorii oceniane będą założenia strategiczne, spójność z celami, innowacyjność, kreatywność, a także realizacja samego pomysłu i jego efekty.

Do tej kategorii nie zaliczamy projektów realizowanych jako część kampanii employer branding.

Najlepsze Działania Digital

Działania wizerunkowo-rekrutacyjne wykorzystujące digital media. Do tej kategorii zalicza się zarówno zintegrowane działania, jak i pojedyncze wykorzystanie kanału digital, takie jak social media, gry, video interaktywne, chatboty, itp. Do tej kategorii nie zaliczamy stron internetowych. Ocenia podlega innowacyjność i oryginalność działań, dopasowanie do grupy odbiorców, integralność z kampanią/ ofertą pracodawcy i uzyskane efekty.

Najlepsza Strona Kariery

Kreatywne i funkcjonalne korporacyjne strony kariery rozwijane zarówno jako podstrony strony firmowej, jak i osobne strony dedykowane konkretnemu pracodawcy. W tej kategorii mieszczą się zarówno korporacyjne portale pracy oraz extranety o charakterze stron kariery. Ocenie podlegać będą zarówno aspekty kreatywne, jak i użyteczność strony, zawartość, aktualność, spójność z wizerunkiem firmy.

Najlepsze Video Wizerunkowo-Rekrutacyjne

Kategoria obejmuje video o charakterze wizerunkowo-rekrutacyjnym stworzonym przez pracodawców. Mogą to być zarówno materiały rekrutacyjne, wizerunkowe, jak i materiały promujące działania wewnętrzne prowadzące do wzmocnienia marki pracodawcy. Oceniania tu będzie spójność z założeniami strategicznymi i EVP, dopasowanie do grup docelowych, innowacyjność, autentyczność przekazu, pomysł i wykonanie materiału video.

Employer Branding skoncentrowany na efektach/ROI

Działania employer branding o najwyższym wskaźniku zwrotu z poniesionej inwestycji, rozumiany jako stosunek poniesionych nakładów do uzyskanych efektów. W tej kategorii oceniamy oprócz spójności ze strategią, stopień realizacji założonych celów oraz efektywność kosztową poniesionych działań.

Kategorie specjalne:

Narzędzie wspierające Employer Branding

Narzędzie w rozumieniu zoperacjonalizowanego, opartego na metodologii lub unikalnym algorytmie narzędzia wspierającego procesy employer branding. Do tej kategorii zaliczamy narzędzia wspierające procesy takie jak badania, strategia, sourcing, branding czy komunikacja wewnętrzna. Kluczowym kryterium oceny w tej kategorii jest innowacyjność, efektywność, skala implementacji oraz wymierne efekty wdrożenia narzędzia poparte przykładami.

Osobowość roku Employer Branding 2019

Kategoria przeznaczona do wyróżnienia osób o szczególnym wkładzie dla rozwoju branży employer branding w Polsce. Oceniany jest tu zarówno dorobek jak i wpływ wdrożonych działań na standardy branży EB w Polsce.

Nominowani z tej kategorii mogą pochodzić zarówno z wewnętrznych działów HR/EB, pracownicy agencji, a także niezależni konsultanci i specjaliści.

Do tej kategorii zgłoszenia przyjmowane są wyłącznie drogą nominacji.

§ 6 Przebieg konkursu i zasady uczestnictwa

1. Celem Konkursu jest wyróżnienie najlepszych projektów employer brandingowych przeprowadzonych w całości lub zakończonych w okresie od września 2018 do końca września 2019 roku.
2. Aby wziąć udział w Konkursie należy w terminie do 30 września 2019 r. do godz. 23:59 wysłać zgłoszenie konkursowe poprzez wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie organizatora konkursu: <https://employerbrandingstars.pl/zgloszenie-konkursowe/>. Dodatkowo można zamieszczać w formularzu prezentację/linki/zdjęcia/ilustracje obrazujące projekt.
3. Przyjmowane będą jedynie prace z pełnym wypełnieniem obowiązkowych pól formularza zgłoszeniowego. Prace nadesłane po dniu zakończenia nadsyłania prac zostaną odrzucone. Organizator konkursu nie zwraca nadesłanych materiałów, ani nie bierze odpowiedzialności za materiały zagubione w trakcie wysyłki.
4. Każda z prac powinna spełniać wymogi formalne i definicje kategorii, do której jest zgłaszana. Wymogi formalne i definicje zostały zamieszczone w części XI Regulaminu. Wszystkie zgłoszenia powinny zostać nadesłane w formie elektronicznej. Podstawowym dokumentem jest formularz zgłoszenia pracy z zaznaczeniem konkretnej kategorii. Firma może zgłosić jeden projekt w maksymalnie 2 kategoriach. Liczba zgłoszonych projektów nie podlega ograniczeniom.
5. Ze wszystkich nadesłanych zgłoszeń jury konkursu nominuje najlepsze prace do etapu finałowego, którym są obrady jury.
6. Wysyłając projekt konkursowy, Uczestnik potwierdza, że nadesłana praca nie narusza prawem chronionych dóbr osób trzecich, a także przepisów obowiązującego prawa, a także, że osoba wysyłająca projekt konkursowy jest upoważniona do reprezentowania Uczestnika w Konkursie.
7. Prace konkursowe są poufne i nie będą udostępnione publicznie bez akceptacji firmy zgłaszającej pracę konkursową.
8. Najlepsze projekty zostaną krótko przedstawione w czasie Gali wręczenia nagród, w formie kilkuzdaniowej prezentacji ogólnych założeń projektu, uzgodnionej z przedstawicielem pracodawcy i zaakceptowanej przez Organizatora. Termin nadsyłania do Organizatora prezentacji na Galę wręczenia nagród upływa 12 października 2019 r. i jest nieprzekraczalny.

9. Organizator ma prawo do zaprezentowania na swoich stronach internetowych oraz w mediach społecznościowych zwycięskich i wyróżnionych projektów. Opis projektu oraz ilustrujące go grafiki (zdjęcia, slajdy z prezentacji) zostaną przedstawione do wcześniejszej akceptacji firmie, która zgłosiła projekt do Konkursu.

§ 7 Jury Konkursu

1. Prace zostaną ocenione przez zespół niezależnych ekspertów, wyłonionych spośród osób specjalizujących się w zagadnieniach budowania wizerunku pracodawcy, marketingu, komunikacji, rekrutacji oraz HR. Decyzje jury są ostateczne i nie podlegają odwołaniu.
2. Organizator zapewnia, że w przypadku gdy oceniana praca konkursowa będzie powiązana z osobą eksperta, zostanie on wyłączony z głosowania jury w tej kategorii, do której została ona zgłoszona.

§ 8 Ocena prac konkursowych

1. Nadesłane prace zostaną sprawdzone w trzech etapach:

Etap I – ocena zgodności z wymogami formalnymi realizowana przez audytora konkursu

Etap II – ocena merytoryczna nadesłanych projektów przez członków jury poprzez głosowanie online według kryteriów uwzględnionych w Regulaminie

Etap III - obrady jury w celu wyłonienia zwycięzców w każdej z kategorii spośród najwyżej ocenionych projektów w Etapie II.

2. Spośród Uczestników, którzy nadeślą prace w wyznaczonym terminie oraz spełnią pozostałe warunki określone w niniejszym Regulaminie, zostaną wyłonieni zwycięzcy w każdej kategorii konkursowej, którzy otrzymają nagrody określone w § 5 pkt. 2 Regulaminu. Jury w każdej kategorii może przyznać nagrody równorzędne dla dwóch lub więcej Uczestników.

§ 9 Przyznanie nagród oraz wyróżnień

1. Spośród Uczestników, którzy nadesłali prace w wyznaczonym terminie oraz spełnią pozostałe warunki określone w niniejszym Regulaminie, zostaną wyłonieni zwycięzcy w każdej kategorii konkursowej. Jury w każdej kategorii może przyznać nagrody równorzędne dla dwóch lub więcej Uczestników.
2. Publiczne ogłoszenie wyników Konkursu oraz wręczenie nagród zwycięzcom poszczególnych kategorii nastąpi w dniu 17 października 2019 r., podczas Gali EBstars po Konferencji HRcamp 2019 na Stadionie PGE Narodowy.
3. Nagrodą dla zwycięzców każdej kategorii są statuetki EBstars, a także tytuł zwycięzcy określonej kategorii lub wyróżnienie w danej kategorii, którym firma może się posługiwać.
4. W przypadku nieobecności laureata podczas rozdania nagród, nagroda zostanie wysłana pocztą lub przesyłką kurierską na wskazany przez Uczestnika adres, bądź odebrana podczas Gali wręczenia nagród przez osobę upoważnioną przez Zgłaszającego do Konkursu.

§ 10 Ochrona danych osobowych

1. Dane osobowe osoby wskazanej do kontaktu będą przetwarzane wyłącznie w celach przeprowadzenia Konkursu oraz przyznania i wręczenia nagród.
2. Dane osobowe, które zostaną przekazane przez uczestników Konkursu będą przez Organizatora gromadzone, przechowywane i przetwarzane z należytą starannością, zgodnie z powszechnie obowiązującymi przepisami prawa, tj. zgodnie z Rozporządzeniem Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (RODO).
3. Podanie danych osobowych jest dobrowolne, ale niezbędne do zgłoszenia projektu do Konkursu.
4. Administratorem danych osobowych jest Employer Branding Institute, z siedzibą w Warszawie, ul. Inflancka 5/35. Kontakt do inspektora ochrony danych: kontakt@ebinstiute.pl
5. Osobie, której dane będą przetwarzane w każdej chwili przysługuje prawo do kontroli przetwarzania danych, które jej dotyczą, w tym prawo do ich poprawiania i usuwania.
6. Dane osobowe będą przechowywane do czasu przedawnienia ewentualnych roszczeń związanych z przeprowadzeniem konkursu.
7. Uczestnikowi przysługuje także prawo wniesienia skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych.

§ 11 Kontakt

1. W przypadku pytań prosimy o kontakt z opiekunem merytorycznym konkursu Kaja Gryciak, Employer Branding Institute pod adresem: kaja.gryciak@ebinstitute.pl
2. Reklamacje związane z Konkursem, wraz z podaniem przyczyny reklamacji, należy składać drogą elektroniczną na adres: hello@ebinstitute.pl, w terminie 30 dni od ogłoszenia listy zwycięzców.
3. Reklamacje zostaną rozpatrzone przez Organizatora w terminie 30 dni od daty otrzymania.
4. Organizator o sposobie rozpatrzenia reklamacji zawiadomi Uczestnika składającego reklamację drogą elektroniczną na adres mailowy podany przy zgłaszaniu reklamacji.

§ 12 Postanowienia końcowe

1. Organizator zastrzega sobie prawo zmiany czasu trwania Konkursu.
2. Organizator zastrzega sobie prawo do zmiany niniejszego Regulaminu w każdym czasie bez uprzedniej zapowiedzi.
3. Od decyzji Jury nie przysługuje odwołanie.

Regulamin obowiązuje od dnia 06.08.2019 r.