

Projektni zadatak / brief :

1. Naziv projekta i opće informacije o projektnom zadatku:

#DoWhatMatters – in a search for Talents

Ideja projekta je napraviti grafički (vizualni) koncept kojim bi se Zagrebačka banka predstavljala potencijalnim eksternim kandidatima s ciljem privlačenja talenata te osnažiti interni employer branding s ciljem postizanja veće angažiranosti zaposlenika.

2. Poslovni subjekt:

Zagrebačka banka d.d.

3. Temeljna filozofija subjekta:

Naša je vizija biti One Bank, One UniCredit. Uspješna smo paneuropska komercijalna banka s jednostavnim bankarskim poslovnim modelom te potpuno integriranim korporativnim i investicijskim bankarstvom, koja pruža usluge svojim klijentima kroz jedinstvenu prodajnu mrežu, rasprostranjenu u zapadnoj, srednjoj i istočnoj Europi.

U ovom razdoblju promjena klijenti su u potrazi za tvrtkama kojima mogu vjerovati i koje će imati pozitivnu ulogu u njihovom svakodnevnom životu. UniCredit primjenjuje jednostavan i uspješan paneuropski model komercijalnog bankarstva i pruža relevantna rješenja u skladu sa stvarnim potrebama i željama današnjih klijenata.

Snažna smo institucija usmjerena na pružanje konkretnih rješenja na učinkovit i jednostavan način kako bismo istinski unaprijedili živote ljudi, bez obzira na to je li riječ o pojedincima, obiteljima, tvrtkama ili korporacijama.

Pozicioniranje UniCredita i Zagrebačke banke se više nego ikad prije zasniva na razumijevanju izazova i mogućnosti s kojima se današnji klijenti susreću u stvarnom životu, te na našoj snazi i stručnosti kako bismo im ponudili odgovarajuća rješenja.

Tržište rada u stvarnosti se neprestano mijenja. Svi stalno traže najbolje mjesto za rad, mjesto gdje su njihove ideje važne. U Zagrebačkoj banci i UniCredit Grupi ulažemo u vaše talente. Pružamo vam prijateljsko radno okruženje, puno potpore, gdje su osobne vrijednosti ključne kako bismo donijeli promjenu. Cijenimo ravnotežu između ureda i onoga što je izvan njega. U Zagrebačkoj banci i UniCredit Grupi iza svake je osobe kolega koji je ovlašten prihvatiti vaše strasti i pomoći vam ostvariti vaše ciljeve, u uredu i izvan njega.

Postanite dio naše vizije, u međunarodnoj grupaciji u kojoj se raznolikost smatra vrijednošću. Iskoristite priliku ispuniti svoje ambicije i napraviti razliku. Napravite ono što je važno.

4. Najistaknutiji proizvodi ili usluge:

Proizvodi Upravljanja ljudskim resursom:

- Procesi zapošljavanja (interni i eksterni natječaji)
- programi plaćenih stručnih praksi (Zaba banking Academy, Zaba Future Academy)
- Programi uvođenja u rad zaposlenika (Eduka, Eduexperta)
- Programi razvoja zaposlenika
- Edukacijski centar
- Employer branding (članci, javni nastupi, plakati, roll-up)
- Kompenzacijski paketi i programi benefita za zaposlenike

5. Detaljan opis projektnog zadatka s istaknutim ciljevima:

Cilj projektnog zadatka je kroz ujednačen vizualni identitet privući najbolje talente na tržištu rada, predstaviti se na raspoloživim kanalima i podržati provedbu obećanja poslodavca (Employer Brand Promise – kvaliteta koje nas obilježavaju kao poslodavca) kod javnosti kojima se obraćamo (zaposlenicima i kandidatima za posao). Zagrebačka banka svoju viziju poželjnog poslodavca gradi na temelju 4 stupa



Više možete saznati na: <http://www.zaba.hr/home/o-nama/karijere/rad-u-zagrebackoj-banci-i-unicreditu>

Kroz vizionar želimo dobiti koncept ujednačenog vizualnog pristupa komunikaciji našeg EVP-a kroz naše kanale poput:

- **stranice karijera na zaba.hr, stranice O nama na nekim od stranica karijera poput Moj Posao, Career Centar,**

- društvenim mrežama (LinkedIn, Instagram, Facebook, Twitter).
- Javnim nastupima (radionice, prezentacije)
- Štandu na javnim manifestacijama
- Promotivnim materijalima (pingvin, letak, video sadržaji, gadgeti^{1*})
- Internim kanalima (Intranet, Radni prostori)
- Pisanim komunikacijama – newsletteri, word predlošci, ppt predlošci*

te svim drugim točkama kroz koje vidite da bi kandidati za zapošljavanje mogli doći do nas. Otvoreni smo za sve prijedloge i ideje gdje vidite da bi se #DoWhatMatters morao naći.

Cilj je poboljšati opću rangiranost Zagrebačke banke na ljestvicama poput:

Employer Brands List 2018	RANK	rank on each segment						% score
		Career page	LinkedIn	Job ads	EVP	Segmented EVP	Application	
Degordian	1	1	3	2	1	2	2	86%
Infinum	2	2	2	3	3	3	1	84%
A1 Hrvatska	3	3	5	18	2	1	3	78%
Infobip	4	8	4	1	4	16	5	76%
Lidl Hrvatska	5	4	7	6	8	8	5	74%
Five	6	7	12	4	6	10	4	73%
Nanobit	7	10	6	5	7	8	7	72%
Kaufland Hrvatska	8	9	7	8	5	6	13	70%
Erste&Steiermärkische Bank	9	5	12	9	13	7	9	69%
Hrvatski Telekom	10	12	7	15	8	4	11	66%
Atlantic Grupa	11	14	1	7	13	12	21	65%
Pevec	12	15	10	19	10	5	8	64%
Span	13	6	14	23	10	20	13	61%
Zagrebačka banka	14	20	15	10	20	10	9	58%
IN2	15	13	16	20	18	23	11	57%
Coca-Cola HBC	15	16	10	12	20	13	18	57%

6. Ciljna skupina: karakteristike i očekivanja

Eksterno: kandidati i oni koji će to tek postati u skladu sa strategijom zapošljavanja

Interno: zaposlenici, studenti koji rade u Zabi

7. Osnovna poruka koja se želi komunicirati

Predani smo cilju da budemo jedan od najboljih poslodavaca u europskom financijskom sektoru. S obećanjem „Do What Matters“ u Zagrebačkoj banci i Grupi UniCredit želimo:

- podržati ravnotežu između poslovnog i privatnog života te stvoriti pozitivno poslovno okruženje kako bismo pobudili najbolje u našim zaposlenicima,

¹ U skladu sa brand standardima koje možemo prokomentirati s timovima koji će raditi na rješenju našeg zadatka

- promijeniti način na koji surađujemo kako bismo zajedno gradili našu budućnost,
- poticati naše zaposlenike da rastu omogućavajući im kontinuirani rast i razvoj,
- biti ujedinjeni u međunarodnoj raznolikosti: svaki glas, kultura i iskustvo obogaćuju našu zajednicu; One Bank, One UniCredit.

8. Preferirani ili poželjni ton komunikacije

- Simple and Intuitive
- Open-minded and Impactful
- Embedded in Real Life
- Empathetic and Positive
- Focused on what truly Matters

9. Obavezni i preporučljivi elementi (boja, tipografija ili nešto treće)

Kako dio UniCredita imamo propisane brand standarde, font, boje i slično koje ćemo podijeliti s timovima koji će raditi na našem rješenju.

10. Uvjeti koje rješenje treba ispunjavati

Prijedlog koncepta primjene #DoWhatMatters prilikom predstavljanja banke na događanjima, vizualni identitet/dizajn koncepta i pratećih materijala (POS materijala, branding materijala, potrebne opreme, promo artikala i slično).

11. Ograničenja

Rješenje mora biti u skladu s vrijednostima, misijom i vizijom Zabe pritom imajući u vidu implikacije kampanje na percepciju klijenata o Zagrebačkoj banci.

Kriteriji za uspješnu izradu rješenja

Cjelovitost rješenja – razrada cjelokupnog koncepta

Kreativnost i inovativnost rješenja

Izvedivost rješenja

Cjelovitost prezentacije rješenja

Kvaliteta predanog rješenja

eSTUDENT
Trg J. F. Kennedyja 6
HR - 10 000 Zagreb
OIB: 85776407714

eSTUDENT

12. Okvirni budžet

100 000 kuna, ali za dobru ideju možemo povećati budžet.

PRILOZI:

- Dostupni na zahtjev

