

● Nobel İlaç İşveren Markası yolculuğunda mutlu son: **Senin için Değer**

İnsan kaynakları alanında, son dönemdeki önemli gelişmelerden biri "işveren markası" kavramı: "Bir şirketin çalışabilecek en iyi yer olarak algılanmasını amaçlayan işverenin sunduğu ekonomik, psikolojik ve fonksiyonel faydaların toplamı" olarak tanımlanan işveren markası, çalışanların fiziksel, zihinsel ve duygusal deneyimleri ile orada çalışmayı düşünen adayların yaşamayı umdukları deneyimi kapsıyor.

Çalışan memnuniyetine değer veren ve çalışan katılımını destekleyen bir İnsan Kaynakları anlayışına sahip olan Nobel İlaç, İşveren Markası yolculuğunun ilk adımlarını 2013 yılında attı. O tarihten günümüze şirketin çalışanlar gözünde nasıl algılandığını ölçen, iş yerindeki fiziksel, zihinsel ve duygusal deneyimlerine ışık tutan pek çok anket ve odak grup çalışması yapıldı. %80'lerin üzerinde



çalışan katılımı ile sonuçlanan bu çalışmalar neticesinde alınan geri bildirimler değerlendirildi ve çeşitli aksiyon planları hayata geçti, insan kaynakları planları da bu sonuçlara göre şekillendi. Bu çalışmaların sonuncusu Nobel markasını güçlendirecek yeni bir dönem başlatan İşveren Markası Projesi idi. Mevcut

çalışanların motivasyonunu artırmayı, iletişimi güçlendirmeyi ve aidiyet hissi oluşturmayı, potansiyel adaylar için ise Nobel İlaç'ı daha iyi anlatmayı amaçlayan İşveren Markası projesinde 17 odak grup toplantısında 243 çalışan ile birebir görüşüldü, 1000'in üzerinde çalışan ankete dahil oldu.