

Warszawa, 15 listopada 2016 r.

INFORMACJA PRASOWA

Nationale-Nederlanden laureatem w konkursie „Siła Przyciągania 2016”

Nationale-Nederlanden otrzymało nagrodę główną konkursu „Siła Przyciągania 2016” w kategorii „Najlepsza inicjatywa budująca zaangażowanie i lojalność pracowników”. Konkurs został zorganizowany z inicjatywy m.in. dziennika Puls Biznesu oraz PwC. Projekt ma na celu wyróżnienie przedsiębiorstw działających w Polsce, które w najbardziej skuteczny i innowacyjny sposób prowadzą działania z zakresu employer branding.

Organizatorzy poprzez konkurs chcą wyłonić ambasadorów nowego rynku pracy, którzy najlepiej odnaleźli się w zmieniających się realiach oraz wdrożyli efektywne mechanizmy z zakresu HR. Projekt kierowany jest zarówno do dużych pracodawców, jak i mniejszych firm czy też start-upów. Ich przykłady mogą stać się wzorem i inspiracją dla pozostałych uczestników tego obszaru. W kapitule konkursu, obok ekspertów w dziedzinie rekrutacji, zasiedli także przedstawiciele organizacji studenckich AIESEC i BEST oraz bloger Paweł Tkaczyk.

- Kluczowym wyzwaniem każdego pracodawcy jest zainteresowanie i utrzymanie pracowników o pożądanej postawie oraz umiejętnościach. W Nationale-Nederlanden szukamy osób zaangażowanych, gotowych podejmować ryzyko i wykazujących się inicjatywą. Pragniemy także przełamać stereotyp stagnacji w branży ubezpieczeniowej. Wierzymy, że wspólnie z naszymi pracownikami możemy zbudować kulturę organizacyjną, której bliżej do start-upu niż dużej instytucji – mówi Aleksandra Paszkiewicz, Dyrektor ds. Zarządzania Zasobami Ludzkimi w Nationale-Nederlanden.

W kategorii „Najlepsza inicjatywa budująca zaangażowanie i lojalność pracowników” zadaniem jury było wyłonienie, spośród wszystkich zgłoszeń, najbardziej skutecznej i oryginalnej inicjatywy skierowanej do pracowników, w celu zbudowania ich zaangażowania oraz chęci spontanicznego bycia ambasadorem firmy.

- Nagroda w kategorii „Najlepsza inicjatywa budująca zaangażowanie i lojalność pracowników” to dla nas wielki sukces i powód do dumy. Jest to też dowód na to, że działania, które na co dzień podejmujemy, żeby zapewnić naszym pracownikom angażujące i inspirujące miejsce pracy, zmierzają w dobrym kierunku i są doceniane – nie tylko wewnątrz, ale także na zewnątrz naszej organizacji - podkreśla Aleksandra Paszkiewicz.

Kapituła konkursu wyróżniła firmy łącznie w 9 kategoriach. W najbliższych miesiącach laureaci będą dzielić się swoimi innowacyjnymi kampaniami HR, sposobami przyjaznego realizowania procesów rekrutacyjnych oraz sprawdzonymi rozwiązaniami motywowania zatrudnionego już zespołu.

Kontakt:

Marta Pokutycka-Mądrała T: 607 629 812 E: marta.pokutycka-madrala@nn.pl

Adam Tyszkiewicz T: 604 089 930 E: adam.tyszkiewicz@multipr.pl

Nationale-Nederlanden Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A. rozpoczęło działalność w Polsce 2 sierpnia 1994 roku na podstawie zezwolenia Ministra Finansów. Oferuje produkty ubezpieczeniowe zabezpieczając finansową przyszłość swoich Klientów i ich bliskich. Jako firma odpowiedzialna społecznie angażuje się również i działa w obszarze istotnych problemów społecznych dotyczących zdrowia i jakości życia Polaków.

Nationale-Nederlanden **Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.** jest powiązane kapitałowo z **NN Group N.V.**, spółką notowaną na giełdzie w Amsterdamie, która powstała w wyniku wydzielenia z Grupy ING działalności ubezpieczeniowej i zarządzania aktywami.