

Mesto gde ideje
STVARAJU LIDERE

Employer branding je danas mnogo više od isticanja benefita i atraktivnog oglasa za posao



SONJA GRČIĆ

Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

Zamislite da na početku karijere možete sebi da ostavite poruku – savet koji će vas tek u budućnosti podsetiti na očekivanja koja ste od sebe imali s prvim koracima ulaska u poslovni svet. Da vas podseti na to zašto volite to što radite, šta vas pokreće i kakve ste snove tada imali. Upravo to su uradili praktikanti u okviru prošlogodišnjeg programa „Coke Summership” – poslali su poruku sebi u budućnosti, zapečaćenu u Coca-Cola flašici, sa QR kodom, sa idejom da ga skeniraju i poslušaju svoj savet 2031. godine.

Ovo je samo jedna od mnogobrojnih kampanja kojima kompanija *Coca-Cola HBC* u Srbiji stvara autentičnost u pristupu budućim kolegama, dok istovremeno gradi strategiju *employer brandinga* koja ostavlja konkretan trag. Iako je otvaranje boca za 12. generaciju „Coke Summership” praktikanata predviđeno tek za nešto manje od sedam godina, **Sonja Grčić, Employer Brand Manager u kompaniji Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora**, sa entuzijazmom dočekuje i novu, 13. generaciju polaznika, uverena u to da i ovog puta donose ideje od kojih i iskusnije kolege mogu nešto novo da nauče.

„Coke Summershipe” je jedan od najdugovečnijih i najprepoznatljivijih programa prakse u zemlji i van Coca-Cola HBC sistema. Šta se do danas izdvaja kao njegov najveći doprinos?

– „Coke Summership” je mnogo više od letnje prakse. To je strukturiran, šestonedjeljni program, kroz koji je od osnivanja do danas prošlo više od 300 studenata, a čak 85 njih je dobilo ponudu za posao u našoj kompaniji. To je program prakse koji ima cilj da mlade ljude osnaži za tržište rada, pruža im priliku da upoznaju poslovanje u industriji robe široke potrošnje, kroz veoma različite sektore, koji obuhvataju proizvodnju, prodaju, lanac nabavke, logistiku, finansije, kao i održivo poslovanje.

Isti princip učešća u programu očekuje i 13. generaciju, u kojoj nam se ove sezone pridružuje 28 kandidata – stiču konkretna znanja učeći o procesima i radeći na konkretnim projektima, uz veliku podršku mentora, među kojima se neretko nađu i bivši „Summership”

praktikanti, a koji su, zahvaljujući ovom programu, postali deo *Coca-Cola* sistema. Slušajući dosadašnja iskustva polaznika, znamo da su realne situacije i prilike da se čuju nove ideje ono što predstavlja „tajni sastojak“ naše prakse i što je čini relevantnom i korisnom. Pored toga, ono što nas posebno raduje jeste činjenica da program ima dugoročan uticaj, jer „Coke Summership“ ne oblikuje samo karijerne početke, već i buduće lidere. Sa svakom novom generacijom, trudimo se da program unapredimo – od uvođenja savremenih digitalnih alata do prilagođavanja sadržaja trendovima i potrebama tržišta rada.

Employer brand kampanja „Poruka u Koci“ tokom prošle godine osvojila je nagradu struke, ali i simpatije šire javnosti, jer se na vrlo autentičan način približava ciljnoj grupi. Šta je to što dobar poslodavac pruža budućim kandidatima?

– *Employer branding* danas treba da ide mnogo dublje od predstavljanja benefita, ili atraktivnog oglasa za posao. Kroz kampanje se trudimo da na kreativan način prenesemo poruku kandidatima da ih čujemo, da znamo koliko su im važne prilike za učenje, timski rezultati, napredovanje i nove ideje, koje će istovremeno doprineti da i mi, kao organizacija, rastemo, budemo još agilniji, da negujemo empatiju ili prostor za dijalog. Dakle, da budemo prvi izbor potencijalnog kandidata mnogo pre nego što i zaista pregleda listu otvorenih pozicija.

„Poruka u Koci“ je kampanja koja ne putuje samo kroz vreme – ona je proputovala svet. Zahvaljujući onlajn medijima, širom sveta je prepoznata tema kojom smo se bavili, a koja se tiče fenomena „burnout“ i „quietquitting“. Marketinški sajtovi pisali su o ovoj inicijativi kao o pozitivnom primeru kako korporacije mogu otvoreno da pristupe temi mentalnog zdravlja i da podrže dijalog sa generacijom Z o njenim vrednostima i očekivanjima.

A kao kruna uspeha ove naše inicijative – došlo je i priznanje na regionalnom festivalu integrisanih ko-

munikacija KAKTUS 2024, gde smo dobili nagradu za najbolju kampanju u kategoriji „Interne komunikacije“. Tako je „Poruka u Koci“ osvojila nagradu i srca i postala još jedna vredna inicijativa u razvoju i podršci omladine – naših budućih kolega i koleginica.

Kako vidite ulogu HR sektora u osnaživanju budućih lidera i kako izgleda sinergija između strateških i operativnih ciljeva?

– Kod nas se HR sektor zove „People & Culture odeljenje“, a takvu transformaciju viđam sve češće i u drugim kompanijama. Čini mi se da ovaj naziv mnogo šire i jasnije oslikava ono što bi danas trebalo ljudski resursi da predstavljaju u jednoj organizaciji. Ljudi i kultura su dva stuba na kojima gradimo sve – od poslovnih ciljeva do međuljudskih odnosa.

People & Culture tim ima važnu ulogu u oblikovanju liderstva, prepoznavanju potencijala i izgradnji organizacione kulture koja neguje razvoj, poverenje i pripadnost. Kroz rad sa kolegama, imamo priliku da identifikujemo buduće lidere u veoma ranoj fazi. Naš je zadatak da ih vodimo, ali i da učimo od njih. Liderstvo danas nije hijerarhijsko, već participativno, što se ogleda u svemu što radimo.

COKE SUMMERSHIP – brojevi koji znače

- 12 godina uspešnog programa, 13. generacija u 2025.
- Više od 300 studenata od osnivanja prošlo kroz praksu
- 85 praktikanata nastavilo karijeru u kompaniji
- 6 nedelja intenzivne obuke i mentorstva

Lokacije: Beograd, Vlasina

Imamo raznovrstan interni program edukacija, mentorstava – ne samo kroz praksu nego i nadalje, tokom godina rada u kompaniji, kao i podršku u traženju prilika, gde svako može da ostavi svoj „legacy“. Dobar *employer brand* ne nastaje u timu ljudskih resursa i organizacione kulture, već u celokupnoj organizaciji.

Koji su vam planovi i ambicije za naredni ciklus programa „Coke Summership“ i da li postoji prostor za njegovo širenje ili evoluciju?

– Svaka nova generacija donosi nova očekivanja, pa se tako i program razvija. Razmatramo kako da dodatno uključimo digitalne alate, kako da pružimo još više prostora za samostalne inicijative, kao i kako da još više povežemo praktikante sa mentorima iz različitih sektora.

Naš cilj ostaje isti: kreirati iskustvo koje će mladima ostati urezano kao temelj njihove karijere. ■

