

El Grupo ULMA presenta su nueva imagen de Marca Empleadora para apoyar a sus Negocios

Con la presentación de la nueva imagen de Marca Empleadora del Grupo se culmina la primera fase de trabajo, liderada por el área de Marca y Comunicación del Grupo ULMA y el área de Gestión de Personas, y que ha contado con la implicación de todos los Negocios y, sobre todo, con la activa participación de sus personas.

El reto era plasmar adecuadamente los Valores de un Grupo diferente, con Compromiso Social y una apuesta clara por las personas. Como resultado hemos conseguido nuevos soportes y contenidos adaptados a los nuevos tiempos para apoyar y reforzar de forma más eficiente

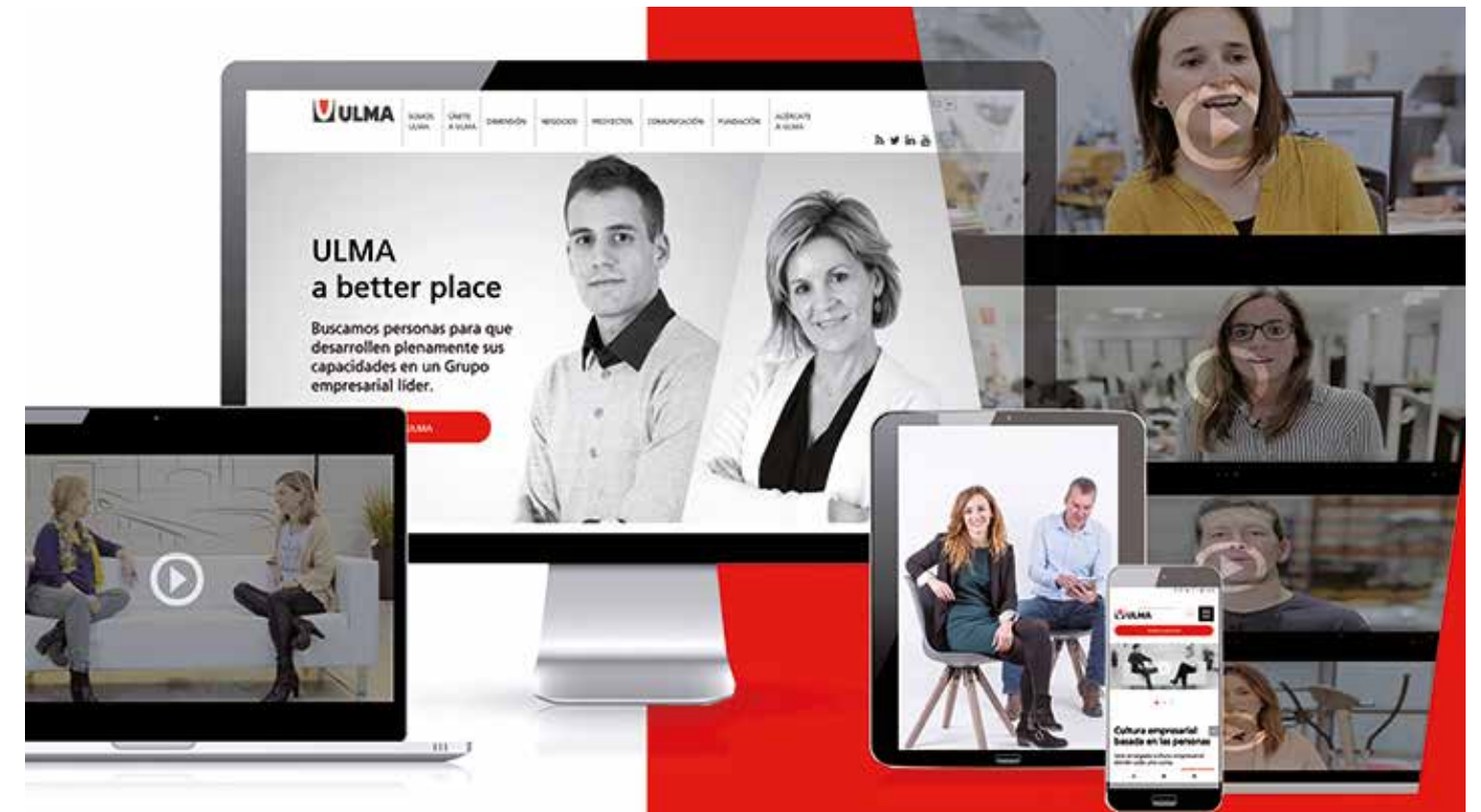
el proyecto de Gestión del Talento de ULMA.

> **Página de Empleo; Una nueva ventana al mundo**

Uno de los elementos más reseñables de este proceso ha sido la creación de la nueva Página de Empleo (www.ulma.com/unete-a-ulma), integrada dentro de la Web Corporativa, definida y diseñada como una ventana al mundo que pretende reflejar la Misión y Valores de ULMA, así como nuestras señas de identidad como Grupo Social. La nueva Landing de Empleo constituye una importante herramienta de difusión que permite a cualquier

persona interesada en ULMA, conocernos más y mejor, saber quiénes somos y qué hacemos. Además, funciona como un elemento vertebrador que contribuye a comprender la diversidad existente entre nuestros Negocios.

Con un diseño atractivo, limpio y muy manejable, la nueva Landing de Empleo del Grupo ULMA quiere reflejar nuestro compromiso con el desarrollo de la Sociedad y la creación de empleo. Para completar las funciones de la Landing y alcanzar a todos los públicos objetivos para los que se articula, su realización se ha basado en piezas audiovisuales generadas con nuestras personas como protagonistas.



> **El poder de los buenos relatos y la autenticidad de las buenas historias**

Los nuevos vídeos se desarrollan a través de una imagen cuidada y un trabajo de postproducción profesional que aporta un importante grado de credibilidad.

Este proceso ha tenido también como consecuencia la comprensión de una idea clave; nada es más efectivo que unas buenas historias, y en este caso, contadas por nuestras personas con

Nada es más efectivo que las buenas historias, en este caso, contadas por nuestras personas con visiones diferenciadas entre generaciones

escanea este código con el lector de QRs de tu smartphone y accede a la nueva página de empleo



Nahia Leibar e Iñaki Bellido

Ainhoa Fernandez de Arroiabe y Arantxa Anduaga

María Sendín y Jonathan Martins

Itxaso Suarez y Jon Aguiriano



Imagen de la nueva página de empleo del Grupo ULMA

“ se trata de difundir historias que transmitan nuestro ADN cooperativo

visiones diferenciadas entre generaciones distintas, y de este modo, contribuir a reforzar la comunicación de la Marca ULMA como empleadora y su percepción exterior.

En la actualidad, es fundamental saber transmitir y difundir los rasgos distintivos de una empresa a través de una estrategia de contenidos atractiva, basada en historias cercanas y de fácil comprensión para el público. En nuestro caso, se trata de difundir historias que transmitan nuestro ADN cooperativo. En definitiva, ULMA cuenta ahora con una tarjeta de presentación actual y moderna para darnos a conocer a todas aquellas personas interesadas en trabajar en el Grupo ULMA.

Josetxo Garmendia y Ezozi Soba

Oskar Berreteaga e Itsaso Letamendi

Luken Zamakona y José María Urigoitia

Leire Ugarte y Aitor Telleria

Roberto Guridi y Janire Rios

Testimonios

ITSASO LETAMENDI



Las sesiones de vídeo y fotos me han parecido muy divertidas. Al principio estaba un poco nerviosa pero después lo pasé muy bien, sobre todo en la grabación del vídeo. La sesión de fotos también estuvo bien pero creo que me costó un poco más. El fotógrafo y los que grabaron el vídeo eran todos muy majos. Esta era una situación totalmente nueva para mí y me hicieron sentir muy cómoda. Conociendo la situación actual me parece muy necesario atraer y cuidar el talento. Campañas de este tipo, con todas las acciones que se ponen en marcha, me parece que pueden ser muy productivas.

JON AGIRIANO



Bastante bien, fueron muy llevaderas. No estamos acostumbrados a estas situaciones y la verdad es que los profesionales que estaban allí trabajando, además de profesionalidad nos transmitieron cercanía. Así que estuvimos bastante naturales, tanto en la grabación del vídeo como en la sesión de fotos. Sí, al final, mediante los testimonios de trabajadores de ULMA mostramos el día a día y la realidad de nuestro trabajo.

MARIA SENDIN



Tanto la sesión fotográfica como la de vídeo transcurrieron realmente bien, en un ambiente profesional pero muy distendido para ayudarnos a relajarnos y mostrarnos naturales. Natxo es encantador trabajando, no le conocía y me hizo sentir realmente bien, al igual que el resto de personas que nos acompañaba en la sesión de fotos y vídeo. Creo que este tipo de campañas son muy importantes porque ULMA es consciente de que no sólo a medio plazo sino ya mismo, necesita tener en la empresa trabajando personas preparadas y formadas y necesita que esas personas quieran venir a ULMA.

ROBERTO GURIDI



Las sesiones de vídeo y fotos no se me hicieron en absoluto pesadas, estuvimos en un ambiente tranquilo y tanto el fotógrafo como los que estaban grabando el vídeo eran muy majos. Este tipo de campañas deberían ser buenas para captar talento, pero también se deberían explicar bien las diferencias de una cooperativa, los valores y los beneficios.