

#CASESTUDY

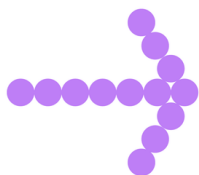
# GLOBALNY PROGRAM EMPLOYEE ADVOCACY

**ALUPROF**  
ALUMINIUM SYSTEMS



 sharebee

Dwa lata temu Aluprof postanowił wykorzystać w swojej **komunikacji i sprzedaży** program Employee Advocacy i wdrożyć go razem z Sharebee.



## Jakie uzyskał efekty?

Aluprof SA jest jednym z czołowych producentów systemów aluminiowych w Europie. Sprzedaje swoje rozwiązania do większości krajów europejskich, a także w Stanach Zjednoczonych. Firma posiada przedstawicielstwa i centra dystrybucyjne na terenie całej Europy, w Niemczech, Wielkiej Brytanii, Belgii, Holandii, Czechach, Rumunii, Węgrzech, Ukrainie, a także USA.

Na rynkach zagranicznych firma Aluprof postrzegana jest jako **duży i godny zaufania partner**, co przekłada się na systematycznie rosnącą sprzedaż eksportową. Wysokiej jakości systemy architektoniczne z Polski znajdują odbiorców na zupełnie nowych rynkach, takich jak: Estonia, Azerbejdżan, Gruzja, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

**70 lat**  
doświadczenia

**+1300**  
stałych  
klientów

**2300**  
pracowników



Pracownicy są związani z firmą, utożsamiają się z nią, **opowiadają o niej w mediach społecznościowych.**

„W strategii komunikacji co raz większą rolę odgrywają pracownicy firmy, którzy najlepiej świadczą o biznesie. **Stanowią największą wartość firmy** co więcej - są wiarygodnym źródłem informacji organizacji”.



Wojciech Brożyna  
prezes spółki brytyjskiej Aluprof



„LinkedIn jest narzędziem, w którym **zauważyliśmy duże możliwości** w dotarciu do naszych wąskich grup docelowych.”



Jarosław Kowalski  
zastępca dyrektora ds. realizacji obiektowych



„Firma posiada 9 spółek zagranicznych i każda z nich dostrzegła potencjał LinkedIna jako **istotnego kanału budowaniu marki** i zwiększenia sprzedaży w naszej branży. Tak zrodził się pomysł, żeby to usystematyzować i włączyć LinkedIn jako oficjalny kanał komunikacji naszej firmy.”



Bożena Ryszka  
dyrektorka ds. marketingu i PR



## WYZWANIE

# Jakie wyznaczyliśmy cele Employee Advocacy?

Aluprof postanowił zaimplementować LinkedIn i Employee Advocacy w swojej codziennej komunikacji marketingowej i sprzedażowej. Program Employee Advocacy to **strategia komunikacji zewnętrznej** za pomocą marek osobistych pracowników, budowanych w mediach społecznościowych.

„Najlepszym sposobem budowania obrazu firmy są pracownicy, którzy ją tworzą i prezentują. Ich **wizerunek jako ekspertów i specjalistów**, pozwala na dotarcie do różnych grup odbiorców i budowanie pozytywnej opinii o biznesie i o ludziach związanych z tym biznesem”



Wojciech Brożyna,  
prezes spółki brytyjskiej Aluprof

Głównymi celami programu Aluprof są:

- zwiększenie świadomości marki,
- zbudowanie marek osobistych ambasadorów,
- pozyskanie nowych klientów w Polsce i za granicą.



„Nasze działania miały na celu rozwój programu Employee Advocacy i jego usystematyzowanie. **Największym problemem** dla ambasadorów było przygotowanie postu i zaprezentowanie swojej osoby na platformie jaką jest LinkedIn, gdzie oceniamy wszystkich zawodowo i jesteśmy narażeni na krytykę. Budziło to pewnego rodzaju niepokój i opór.

Dlatego też zdecydowaliśmy się na **współpracę z Sharebee**, którzy wspierają programy Social Selling i Employee Advocacy.”



Bożena Ryszka  
dyrektorka ds. marketingu i PR



„Sharebee daje możliwość aktywnego wejścia pracowników w medium, jakim jest LinkedIn oraz **pozbycia się strachu** przed udostępnieniem treści. Mamy gotową bazę treści, które są właściwe, sprawdzone i bezpieczne.”



Wojciech Brożyna,  
prezes spółki brytyjskiej Aluprof



## RELIZACJA

# Jak wdrożyliśmy Employee Advocacy w Aluprof?

Na samym początku współpracy Aluprof wytypował **20 ambasadorów** i ambasadorek, którzy już wcześniej byli najbardziej aktywni w mediach społecznościowych. Były to osoby z różnych działów - tych odpowiadających za współpracę z architektami i tych dbających o zrównoważony rozwój, związanych z rekrutacją czy marketingiem.

- **Szkolenie** dotyczące budowania profilu i tworzenia treści na LinkedIn.
- **Aktywacja platformy** Sharebee.
- Stworzenie **biblioteki treści**.
- **Pilotaż** programu.
- **Rekrutacja** nowych ambasadorów.
- Stworzenie **planu publikacji** oraz poszerzenie współpracy z Sharebee o współtworzenie treści dostępnych w content hubie.

Algorytm wybiera content, żeby użytkownik mógł publikować materiały adekwatne dla swojej grupy docelowej i budować wizerunek eksperta. Pracownicy mogą również w prosty sposób proponować własny content, który po akceptacji moderatora dołączy do pozostałych treści.



„Sukcesywna praca w **budowaniu społeczności** na LinkedIn daje ogromne możliwości. LinkedIn jest kanałem, który niewątpliwie wspiera naszą sprzedaż w sposób nie bezpośredni, a pośredni.

**Unikatowe i wartościowe treści** dopasowane pod kątem grupy docelowej są kluczem do sukcesu. W Aluprofie współpracuję głównie z architektami i właśnie do nich kieruję moje treści, właśnie z nimi chcę budować społeczność na LinkedIn.”



Jarosław Kowalski  
zastępca dyrektora ds. realizacji obiektowych

Wraz z **rosnącym zapotrzebowaniem na treści**, Aluprof skorzystał z pomocy Sharebee w zapełnianiu biblioteki contentu materiałami zewnętrznymi. Graficy i redaktorzy po stronie Sharebee dostarczają, co miesiąc, posty zgodnie z założeniami i przyjętym harmonogramem.

„Sharebee daje nam **duże odciążenie** i poczucie, że nie jesteśmy w tym sami. Dzięki Sharebee pomagamy naszym pracownikom budować marki osobiste, dostarczamy im treści, które są ważne dla ich sieci kontaktów, dla naszych klientów i partnerów.”



Bożena Ryszka  
dyrektorka ds. marketingu i PR



Po programie pilotażowym, do programu zrekrutowani zostali **nowi ambasadorzy i ambasadorki** Aluprof, którzy również przeszli szkolenie z LinkedIn oraz onboarding do aplikacji Sharebee.

W tej chwili w programie bierze udział **50 osób z różnych krajów Europy** (m.in. z Czech i Węgier). Platforma działa w dwóch językach, dzięki dopasowaniu i stworzeniu specjalnego rozwiązania dla Aluprof.

„Wdrażamy program również **na rynku Wielkiej Brytanii.**

Obecnie mamy wybraną grupę ambasadorów, którzy rozpoczynają przygodę z Sharebee. Do tej pory słyszymy od naszych pracowników same pozytywne opinie”.



Wojciech Brożyna,  
prezes spółki brytyjskiej Aluprof





## OPINIE

# Co o programie Employee Advocacy mówią ownerzy i ambasadorzy

Sharebee współpracuje z Aluprof już od ponad 2 lat.

„Sharebee daje nam duże wsparcie. Uważam, że nasze biznesy są podobne. Tak jak my, Sharebee świadczy **pełne wsparcie** na każdym etapie współpracy - od zapytania, poprzez realizację już po wykupieniu produktu. I to bardzo ułatwia realizację celów programu Employee Advocacy.

**Z Sharebee czujemy się bezpiecznie.** Wiem, że mam po drugiej stronie partnera, a nie dostawcę usługi. Nowe osoby kontaktują się z nami codziennie na LinkedIn, żeby pytać o współpracę z Aluprof. Wiele osób pisze też do nas z gratulacjami, że robimy to po prostu dobrze”.



Bożena Ryszka  
dyrektorka ds. marketingu i PR





„Dzięki Sharebee **poznałem wielu ludzi**, którzy chętnie dzielą się swoją wiedzą i doświadczeniem i są moją inspiracją w budowaniu komunikacji na LinkedIn. Narzędzie Sharebee jest naszym solidnym wsparciem i pomocą w publikowaniu i kontrolowaniu zasięgu naszych treści”



Jarosław Kowalski  
zastępca dyrektora ds. realizacji obiektowych

„Obserwujemy jak program Employee Advocacy wraz z platformą Sharebee **przynoszą widoczne efekty**, które przekładają się między innymi na wzrost ilości osób, które obserwują nasz profil firmowy na LinkedIn. Co ciekawe na początku naszych działań, nasz profil obserwowało mniej niż tysiąc osób. Obecnie obserwuje nas ponad 5 tys. użytkowników co potwierdza wymierny efekt działalności na LinkedIn. Sharebee i program Employee Advocacy w naszej firmie zbudował **świadomość i rozpoznawalność marki** na rynku i wśród grup docelowych. Wiemy to na podstawie informacji, jakie otrzymujemy z naszej branży. Są to liczne opinie, komentarze naszych klientów, ale też potencjalnych kontrahentów. Wzbudzamy pozytywne zainteresowanie, co przekłada się na realne efekty dla naszego biznesu. **Kluczem sukcesu programu Employee Advocacy jest zbudowanie społeczności** poprzez przekaz w mediach społecznościowych, a Sharebee ułatwia i przyspiesza ten proces. Co więcej głównymi czynnikami, które wpływały na brak aktywności naszych pracowników na LinkedInie, wcześniej były czasochłonność procesu tworzenia treści oraz niepewność czy przygotowane treści są właściwe i poprawne”.



Wojciech Brożyna  
prezes spółki brytyjskiej Aluprof



## EMPLOYEE ADVOCACY: badania wskazują, że warto!

Wprowadzenie programu Employee Advocacy w firmie przekłada się pozytywnie nie tylko na wizerunek marki, ale także i przede wszystkim na **procesy rekrutacyjne i sprzedaż**.

Czy wiesz, że algorytm LinkedIn promuje relacje osobiste, a co za tym idzie, treści z profili prywatnych mają nawet **8 razy lepsze zasięgi** niż te ze stron firmowych.

Do końca 2022 roku

**82% kontaktów  
z handowcami B2B**

ma odbywać się  
poprzez social media

Wg badania Nielsen

**85% absolwentów uznało  
traktowanie pracowników**

jako główne kryterium  
wyboru miejsca pracy.

## Zamów bezpłatne demo platformy

Odkryj wygodne narzędzie, które pomoże Ci zaangażować pracowników. Począwszy od tworzenia treści, przez ich dystrybucję, aż po wnikliwą analitykę.

[hello@sharebee.pl](mailto:hello@sharebee.pl)

